

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA (UNIR)
CÂMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

JOHN KENNEDY CONTE

**INOVAÇÃO SOCIAL NO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO: O CASO
SICOOB CREDIP.**

**CACOAL/RO
2016**

JOHN KENNEDY CONTE

**INOVAÇÃO SOCIAL NO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO: O CASO
SICOOB CREDIP.**

**Artigo Científico apresentado à Fundação
Universidade Federal de Rondônia – UNIR –
Câmpus Prof. Francisco Gonçalves Quiles
como requisito para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Contábeis.**

**CACOAL/RO
2016**

Conte, John Kennedy.
C761i Inovação social no cooperativismo de crédito: o caso
SICOOB CREDIP/ John Kennedy Conte – Cacoal/RO: UNIR,
2016.
40 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação).
Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal.
Orientadora: Prof.^a Dra. Nilza Duarte Aleixo de Oliveira.

1. Contabilidade social. 2. Inovação social. 3. Projetos
sociais. 4. Cooperativa de crédito I. Oliveira, Nilza Duarte
Aleixo de. II. Universidade Federal de Rondônia – UNIR. III.
Título.

CDU – 657:304.5

Catálogo na publicação: Leonel Gandi dos Santos – CRB11/753

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA (UNIR)
CÂMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

O Artigo Científico - TCC intitulado “Inovação Social no Cooperativismo de Crédito: o caso SICOOB CREDIP”, elaborado pelo acadêmico John Kennedy Conte, foi avaliado pela banca examinadora em _____ de _____ de 2016, tendo sido _____.

Prof.^a Dra. Nilza Duarte Aleixo de Oliveira
Presidente

Prof.^a Ms. Andreia Duarte Aleixo
Membro

Prof. Ms. Cleberson Eller Loose
Membro

**CACOAL/RO
2016**

INOVAÇÃO SOCIAL NO COOPERATIVISMO DE CRÉDITO: O CASO SICOOB CREDIP.

John Kennedy Conte¹

RESUMO: O cooperativismo alicerçado em seus princípios e valores, em especial o sétimo princípio “interesse pela comunidade” tem como proposta cooperar com o desenvolvimento local, o qual estabelece a todos os ramos de atividades cooperativistas a missão de aplicá-lo. Assim, alguns projetos sociais de iniciativa do cooperativismo de crédito desenvolvem ações que vão além de responsabilidade social e filantropia, promovendo avanços sociais e econômicos significativos para seus beneficiários, que por estas características e amplitude podem ser consideradas como inovação social, tratada na literatura como um mecanismo de mudança social, com o intuito de proporcionar melhoria na qualidade de vida, face aos problemas sociais existentes. Desta forma este trabalho teve como objetivo geral analisar se as práticas sociais desenvolvidas pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP podem ser tratadas como inovação social. Para atingir os objetivos desse estudo foi realizada pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa, os dados foram coletados por meio de entrevista com o uso de roteiro semiestruturado, em visitas *in loco*, no período de 13 de abril a 02 de maio de 2016. O público-alvo da pesquisa foram os beneficiários dos projetos sociais denominados: Mandionana, Leite Nutritivo, Mulheres de Lenço e Mais Esporte, todos custeados pela cooperativa em estudo, bem como os gestores das organizações vinculadas aos respectivos projetos sociais. Como resultado do estudo identificou-se que os projetos sociais: Mandionana, Leite Nutritivo, Mulheres de Lenço e Mais Esporte, são considerados como inovação social, uma vez que proporcionam ou contribuem com melhorias, tais como: aumento de renda com mais qualidade de vida, educação, superação, apoio econômico, social e psicológico aos seus beneficiários e familiares, vistos que os projetos estão em plena atividade.

Palavras-Chave: Inovação social. Cooperativismo de Crédito. Projetos Sociais.

1 INTRODUÇÃO

A Aliança Cooperativa Internacional (ACI), entidade máxima do cooperativismo mundial definiu os princípios do cooperativismo, demonstrando a preocupação com os cooperados e o interesse pela comunidade. Contempla ainda que as cooperativas têm o dever de contribuir com o desenvolvimento equilibrado, proporcionar bem-estar de seus integrantes, no qual estão inclusos os seus associados (MEINEN, 2014).

Dizer que as ações sociais desenvolvidas pelas cooperativas contribuem com melhorias na qualidade de vida, gera inclusão social, empregos e riquezas aos seus cooperados e/ou comunidade, só comprova o que foi mencionado pela Organização das Nações Unidas (ONU) que reconhece que as cooperativas buscam construir um mundo melhor (PORT, 2014).

Importante mencionar que as cooperativas de crédito desempenham um significativo papel, surgindo como uma alternativa mais viável e/ou acessível, diante do competitivo Sistema Financeiro Brasileiro. Os princípios do cooperativismo em especial o sétimo

¹ Acadêmico Concluinte do curso de Ciências Contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia (UNIR) Campus Prof. Francisco Gonçalves Quiles, com TCC elaborado sob a orientação da professora Dra. Nilza Duarte Aleixo de Oliveira.

“interesse pela comunidade”, busca o reconhecimento e o compromisso com o desenvolvimento local, pois além dos repasses obrigatórios pela Lei N° 5.764/71, destinados aos cooperados e colaboradores (funcionários), financiam projetos sociais com objetivo de contribuir com melhorias para a sociedade (MEINEN; PORT, 2014), como, por exemplo, as cooperativas de crédito, no caso em estudo a Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP, com sede no município de Pimenta Bueno, Estado de Rondônia.

Desta forma, os projetos sociais financiados pelas cooperativas de crédito possuem características que perpassam a ideia de responsabilidade social e filantropia, podendo ser tratados como inovação social, a qual compreende um mecanismo que apresenta uma nova solução para uma situação social considerada insatisfatória, buscando contribuir com melhorias na qualidade de vida dos indivíduos e/ou sociedade (CLOUTIER, 2003). Enfatizam Silva e Lengler (2008), que as sociedades de pessoas, a exemplo das cooperativas, são as melhores alternativas para a prática da inovação social, uma vez que buscam por meio das suas ações sociais superar as mazelas da sociedade.

Pela dinâmica das ações sociais que envolvem o cooperativismo no Brasil, os repasses financeiros inerentes dessas entidades e a grande contribuição dessas iniciativas para a comunidade em geral, este trabalho apresentou a seguinte questão de pesquisa: as práticas sociais desenvolvidas pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP podem ser tratadas como inovação social?

Assim, a partir da problematização apresentada, a pesquisa teve como objetivo geral, analisar se as práticas sociais desenvolvidas pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP podem ser tratadas como inovação social; e como objetivos específicos: I) levantar o perfil dos beneficiários dos projetos sociais desenvolvidos pela cooperativa em estudo; II) identificar os resultados promovidos pelos projetos sociais na qualidade de vida de seus beneficiários; e III) verificar a partir dos resultados das práticas sociais se estas podem ser tratadas como inovação social.

Esta pesquisa se justifica pela importância da discussão acerca do tema inovação social no cooperativismo de crédito, uma vez que busca demonstrar as ações sociais desenvolvidas pelas cooperativas por meio de projetos sociais ligados à cultura, esporte, inclusão social e educação, objetivando o desenvolvimento social da comunidade a qual participa, por meio de políticas de apoio a projetos sociais, satisfazendo o sétimo princípio do cooperativismo “interesse pela comunidade”. Esta pesquisa tem o propósito não apenas de levantamento teórico, mais também contribuir para demonstrar as ações sociais desenvolvidas pela cooperativa de crédito e seus efeitos.

Na metodologia deste estudo utilizou-se o método dedutivo, com pesquisa exploratória e descritiva e abordagem qualitativa. Foi realizada pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo e pesquisa documental. A pesquisa de campo teve como finalidade verificar se os projetos sociais desenvolvidos pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP, quais sejam: Mandionana, Leite Nutritivo, Mulheres de Lenço e Mais Esporte, podem ser considerados como inovação social. Para tanto, foi utilizado formulário semiestruturado como instrumento de coleta de dados, aplicado por meio de entrevistas, em visitas *in loco*, no período de 13 de abril a 02 de maio de 2016, tendo como público alvo os beneficiários dos projetos em estudo e os gestores dos respectivos projetos sociais.

Os dados da pesquisa demonstram que os projetos sociais Mandionana, Leite nutritivo, Mulheres de lenço e Mais esporte, custeados pela Cooperativa em estudo são práticas de inovação social, uma vez que proporcionam: aumento de renda, melhorias na qualidade de vida, educação, apoio econômico, social e psicológico aos seus beneficiários.

O presente artigo está dividido em quatro seções: a primeira trata da introdução, seguido da fundamentação teórica inerente ao tema; a terceira descreve a metodologia utilizada na pesquisa; quarta seção trata da análise e discussão dos dados. Inclui-se, ainda, as considerações finais e as referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O referencial teórico está dividido em temáticas, buscando apresentar a literatura pertinente ao tema da pesquisa: O cooperativismo: aspectos históricos, conceito, princípios e valores; Cooperativismo de Crédito no Brasil; Inovação Social, Práticas de Inovação social e Inovação Social no Cooperativismo de Crédito.

2.1 COOPERATIVISMO: ASPECTOS HISTÓRICOS

A história do cooperativismo surgiu desde o início da civilização, a exemplo dos Gregos, Romanos, Egípcios e dos Babilônios, onde já se organizavam em cooperação mútua, mas foi na Inglaterra no século XIX, durante a Revolução Industrial, que surgiu o chamado cooperativismo moderno, com os movimentos dos trabalhadores artesãos que lutavam de forma cooperada para combater as injustiças e as arbitrariedades proporcionadas pelo regime imposto pela Revolução Industrial (MEINEN, 2014; REIS JÚNIOR, 2006).

Reis Júnior (2006), ressalta que foi em plena Revolução Industrial que emergiram as condições socioeconômicas favoráveis ao desenvolvimento das sociedades cooperativistas.

O cooperativismo adquiriu força por meio do movimento dos pioneiros de Rochdale em Manchester (Inglaterra) no ano de 1844, ano considerado como o marco inicial do cooperativismo, com a união de 28 tecelões, os quais fundaram a primeira sociedade cooperativa chamada de Probos Pioneiros de Rochdale, com o objetivo de juntos traçar alternativas para sobreviver ao regime imposto pela Revolução Industrial, por que sabiam que juntos se tornariam mais fortes e competitivos (SANTOS; GOUVEIA; VIERIA, 2008; REIS JÚNIOR, 2006). Acrescentam Santos, Gouveia e Vieira (2008), que o modo de funcionamento estabelecido pela Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale continha princípios que passaram a constituir a base da doutrina cooperativista.

Foi a partir de 1895, com a criação da Aliança Cooperativa Internacional (ACI) que os movimentos cooperativistas ganharam proporções mundiais, sendo atribuída a ACI a incumbência de apoiar, representar, consagrar e defender o cooperativismo em qualquer parte do mundo (SANTOS; GOUVEIA; VIERIA, 2008).

No Brasil, o primeiro movimento cooperativista começou em 1847, quando o médico francês Jean Maurice Faivre, criou a colônia chamada Tereza Cristina, a qual era estruturada em princípios cooperativistas (REIS JÚNIOR, 2006; SANTOS; GOUVEIA; VIERIA, 2008). Em seguida, em 1889 foi criada a primeira cooperativa de consumo, em Ouro Preto (MG), chamada de Sociedade Cooperativa Econômica dos Funcionários Públicos. Posteriormente, difundida em outros Estados. Em 1969, o destaque foi o surgimento da Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB), tornando-se o órgão máximo do cooperativismo no Brasil, a qual após a sua criação substituiu a Associação Brasileira de Cooperativas (ABCOOP) e a União Nacional de Cooperativas (UNASCO) (OCB, 2015a; SANTOS; GOUVEIA; VIERIA, 2008).

Logo após, no ano de 1971 foi publicada a Lei nº 5.764/71, a qual “define a Política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências” (BRASIL 1971), considerado por Melo Sobrinho e Soares (2015) como o principal marco regulatório do cooperativismo no Brasil.

2.1.1 Conceito, Princípios e Valores do Cooperativismo

O cooperativismo segundo definição da OCB (2015b), compreende “um movimento filosófico de vida e modelo socioeconômico, capaz de unir desenvolvimento econômico e bem-estar social”. O mutualismo é a base do cooperativismo, destacando-se por três características principais: I) atividade formalizada e amparada por leis específicas; II) é uma

sociedade de pessoas com objetivos comuns; e III) os resultados econômicos (sobras) são distribuídas aos seus cooperados (MELO SOBRINHO; SOARES, 2015). Descreve Port (2014), que o cooperativismo não está vinculado a nenhuma instituição política ou religiosa, é um estilo de vida, sendo constituída por meio da união das pessoas com objetivos comuns.

A Aliança Cooperativa Internacional (ACI), define cooperativa como sendo uma associação autônoma de pessoas, unidas voluntariamente, para atender aos seus anseios, desejos, interesses e necessidades econômicas, sociais e culturais comuns, através de uma empresa coletiva e democraticamente administrada (ACI, 2016). Para Young (2008), o conceito de cooperativa se caracteriza pela relação e/ou ligação, sem visar lucro, entre o tomador de serviços e os cooperados.

A Lei nº 5.764/71, no seu artigo 4º, menciona que as cooperativas são definidas como sociedades de pessoas, caracterizadas com forma e natureza jurídica própria, de natureza civil, não estando sujeitas à falência, constituídas para prestar serviços aos associados (BRASIL, 1971).

Ainda, de acordo com a Lei nº 5.764/71, artigo 4º, as cooperativas se distinguem dos demais tipos de sociedades pelas seguintes características, conforme figura 1:

| Características | Descrição |
|-----------------|--|
| I | Adesão voluntária, com número ilimitado de associados, salvo impossibilidade técnica de prestação de serviços; |
| II | Viabilidade do capital social representado por cotas-partes; |
| III | Limitação do número de quotas-partes do capital para cada associado, facultado, porém, o estabelecimento de critérios de proporcionalidade, se assim for mais adequado para o cumprimento dos objetivos sociais; |
| IV | Inacessibilidade das quotas-partes do capital de terceiro, estranhos à sociedade; |
| V | Singularidade do voto, podendo as cooperativas centrais, federações e confederações de cooperativas, com exceção das que exerçam atividade de crédito, optar pelo critério da proporcionalidade; |
| VI | Quórum para o funcionamento e deliberação da Assembleia Geral baseada no número de associados e não de capital; |
| VII | Retorno das sobras líquidas do exercício proporcionalmente às operações realizadas pelo associado, salvo deliberação em contrário da Assembleia Geral; |
| VIII | Indivisibilidade dos fundos de reservas e de Assistência Técnica Educacional e Social; |
| IX | Neutralidade política e indiscriminação religiosa, racial e social; |
| X | Prestação de assistência aos associados, e, quando previsto nos estatutos, aos empregados da cooperativa; |
| XI | Área de admissão de associados limitada às possibilidades de reunião, controle, operações e prestação de serviços. |

Figura 1 – Características das Sociedades Cooperativas

Fonte: Brasil (1971).

No Brasil, a OCB reconhece treze ramos do cooperativismo, são eles: agropecuário, consumo, crédito, educacional, especial, habitacional, infraestrutura, mineral, produção,

saúde, trabalho, transporte, turismo e lazer (MELO SOBRINHO; SOARES, 2015; MEINEN; PORT, 2014).

Seja qual for a forma de constituição e ramo de atuação das cooperativas, seus atos devem ser guiados pelos princípios e valores que regem o cooperativismo, os quais estão demonstrado na figura 2, com base em Meinen (2014, p. 28-41):

| PRINCÍPIOS UNIVERSAIS | VALORES |
|---|--|
| 1) Adesão Livre e Voluntária: as cooperativas são organizações voluntárias, aberta a todas as pessoas aptas a utilizar seus serviços e assumir as responsabilidades como membros, sem discriminação de sexo ou gênero, social, racial, política e religiosa; | Solidariedade: prática da ajuda mútua com objetivos comum e a reciprocidade; |
| 2) Gestão Democrática: as cooperativas são organizações democráticas, controladas pelos seus membros, que participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões; | Liberdade: o cooperado é livre para escolher a cooperativa a qual fará parte e dela sair; |
| 3) Participação Econômica: os membros contribuem equitativamente para o capital de suas cooperativas e controlam-no democraticamente; | Democracia: o cooperado tem o direito de participar das decisões e serem tomadas, exercendo sua participação através de palavras e votos; |
| 4) Autonomia e Independência: as cooperativas são organizações autônomas, de ajuda mútua, controladas pelos seus membros; | Equidade: igualdade de direito e imparcialidade nas relações econômicas e sociais da cooperativa; |
| 5) Educação, Formação e Informação: as cooperativas promovem a educação e formação de seus membros, dos representantes eleitos e dos trabalhadores, de forma que estes possam contribuir, eficazmente, para o desenvolvimento das suas cooperativas; | Igualdade: todos os cooperados possuem os mesmos direitos e obrigações, independente da sua raça, sexo, religião e idade; |
| 6) Intercooperação: as cooperativas servem de forma eficaz aos seus membros e dão mais força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto através das estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais; | Responsabilidade: refere-se ao cumprimento dos deveres de cooperados, onde cada cooperado responde pelos seus atos; |
| 7) Interesse pela comunidade: as cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentado das suas comunidades através de políticas aprovadas pelos membros. | Honestidade: todos os atos devem pautar-se pela verdade, dignidade, honradez e probidade; |
| | Transparência: as informações repassadas devem ser claras e expressar somente a verdade, tendo em vista, que todos os cooperados têm o direito de saber sobre os atos e fatos praticados e sobre a vida da cooperativa; |
| | Responsabilidade socioambiental: refere-se ao compromisso que a cooperativa tem em contribuir com o bem-estar da comunidade e com o meio ambiente. |

Figura 2 – Princípios e Valores universais do Cooperativismo

Fonte: Elaborado pelo autor com base em Meinen (2014, p. 28-41).

Descreve Meinen (2014), que por meio dos princípios do cooperativismo as cooperativas colocam em prática os seus valores. Observa-se que o compromisso de contribuir com melhorias na qualidade de vida da comunidade estão enraizados nos princípios

e valores do cooperativismo. Tornando-se evidente a prática da ajuda mútua.

2.2 COOPERATIVISMO DE CRÉDITO NO BRASIL

Com relação à denominação das cooperativas de crédito, Melo Sobrinho e Soares (2015) afirmam que as cooperativas que atuam como instituições financeiras são denominadas cooperativas de crédito, ofertando aos cooperados os serviços financeiros disponíveis no Sistema Financeiro Nacional (SFN). Acrescentam Santos, Gouveia e Vieira (2008) e Polonio (2001) que as cooperativas de crédito reúnem as cooperativas destinadas a promover a poupança e/ou financiar os investimentos dos seus cooperados a um custo mais acessível, podem ser constituídas por assembleia geral ou por escrituração pública, seguida da aprovação do Banco Central do Brasil.

Foi por influência do jesuíta suíço Theodor Amstad no ano de 1902, que fez surgir a primeira cooperativa de crédito da América do Sul, na época com o nome de Caixa de Economia e Empréstimos Amstad, baseado no modelo alemão de Friedrich Wilhelm Raiffeisen (1818-1888), com sede em Linha Imperial, distrito de Nova Petrópolis, no Estado do Rio Grande do Sul, destinados a pequenas comunidades rurais. Hoje leva o nome de SICREDI Pioneira/RS. Também, em 1906 no município de Lajeado/RS, Amstad patrocinou a criação da primeira cooperativa de crédito brasileira do tipo Luzzatti (Caixa de Poupança e Empréstimos), posteriormente denominada Sicredi Vale do Taquari/RS (OCB, 2015a; PORTAL DO COOPERATIVISMO, 2015; MEINEN; PORT, 2012).

Já na cidade de Santa Maria/RS, no dia 08 de setembro de 1925, apoiados no crescimento das cooperativas, reuniram-se 18 entidades singulares e com essa união constituíram a primeira central brasileira denominada “Central das Caixas Rurais da União Popular do estado do Rio Grande do Sul, Sociedade Cooperativa de Responsabilidade Limitada”, tornando-se uma das principais financiadoras das atividades rurais (MEINEN; PORT, 2014).

Em 1920 as cooperativas de crédito já eram consideradas uma das principais financiadoras das atividades rurais no Brasil, obtendo no ano de 1964 sua equiparação às demais instituições financeiras, por meio da Lei nº 4.595/64, a qual transferiu o poder de autorização e fiscalização das cooperativas de créditos ao Banco Central do Brasil. Outro importante marco para as cooperativas de crédito foi a inclusão, na Constituição Federal de 1988, no artigo 192, das cooperativas de créditos no Sistema Financeiro Nacional (PORTAL DO COOPERATIVISMO, 2015).

Na década 90 surgiram inúmeras cooperativas no Brasil, fato que impulsionou o surgimento dos bancos cooperativos (Banco Cooperativo Sicredi – Banco Sicredi e o Banco Cooperativo do Brasil – Bancoob) com o intuito de integrar as cooperativas. O surgimento dos bancos cooperativos fez nascer a independência do cooperativismo de crédito no Brasil. Mais adiante o Conselho Monetário Nacional (CMN) editou em 18 de dezembro de 2003, a Resolução nº 3.106/03, permitindo a transformação das cooperativas em livre admissão de associados, dessa forma a primeira cooperativa a fazer a transformação para livre admissão foi a Cooperativa de Crédito de Livre Admissão de Associados Missões – Sicredi Missões, com a denominação de Sicredi União (RS) (MEINEN; PORT, 2014).

Meinen (2014, p. 49), destaca algumas diferenças entre instituições financeiras cooperativas dos demais bancos tradicionais. Tais diferenças estão descritas na figura 3:

| Bancos tradicionais | Instituições Financeiras Cooperativas |
|---|---|
| São sociedades de capital. | São sociedades de pessoas. |
| O poder é exercido na proporção do número de ações. | O voto tem peso igual para todos (uma pessoa, um voto). |
| As deliberações são concentradas. | As decisões são partilhadas entre muitos. |
| Os administradores são terceiros (homens do mercado). | Os administradores-líderes são do meio (associados). |
| O usuário das operações é mero cliente. | O usuário é o próprio dono (cooperado). |
| O usuário não exerce qualquer influência na definição dos produtos e na sua precificação. | Toda a política operacional é decidida pelos próprios usuários/donos (associados). |
| Podem tratar distintamente cada usuário. | Não podem distinguir: o que vale para um, vale para todos (art. 37 da Lei nº 5.764/71). |
| Preferem o público de maior renda e as maiores corporações. | Não discriminam, servindo a todos os públicos. |
| Priorizam os grandes centros (embora não tenham limitação geográfica). | Não restringem, tendo forte atuação nas comunidades mais remotas. |
| Têm propósito mercantilista. | A atividade mercantil não é cogitada (art. 79, parágrafo único, da Lei nº 5.764/71). |
| A remuneração das operações e dos serviços não tem parâmetro/limite. | O preço das operações e dos serviços têm como referência os custos e como parâmetro as necessidades de reinvestimento. |
| Atendem em massa, priorizando o autosserviço. | O relacionamento é personalizado/ individual, com o apoio da informática. |
| Não têm vínculo com a comunidade e o público-alvo. | Estão comprometidos com as comunidades e os usuários. |
| Avançam pela competição. | Desenvolvem-se pela cooperação. |
| Visam ao lucro por excelência. | O lucro está fora do seu objeto, seja pela sua natureza, seja por determinação legal (art. 3º da Lei nº 5.764/71). |
| O resultado é de poucos donos (nada é dividido com os clientes). | O excedente (sobras) é distribuído entre todos (usuários), na proporção das operações individuais, reduzindo ainda mais o preço final pago pelos cooperados e aumentando a remuneração de seus investimentos. |
| No plano societário, são regulados pela Lei das Sociedades Anônimas. | São reguladas pela Lei Cooperativista e por legislação própria (especialmente pela Lei Complementar 130/2009). |

Figura 3 - Diferenças entre bancos e instituições financeiras cooperativas

Fonte: Meinen (2014, p. 49).

Embora, haja semelhanças entre uma Cooperativa de crédito e os demais bancos públicos e privados tradicionais, as cooperativas de crédito destacam-se porque surgem da união de pessoas que se congregam e juntos praticam o mutualismo e idealizam os mesmos objetivos, ou seja, o próprio usuário (cooperado) é o dono e os quais administram a cooperativa, igualdade de voto independentemente do valor de suas cotas, as sobras são revertidas para o cooperado proporcional a sua movimentação financeira. Já os bancos tradicionais surgem a partir da vontade dos investidores (donos do capital), com objetivo voltado unicamente à obtenção de lucro sobre os investimentos, prevalecendo às ordens impostas por eles, independentemente da opinião dos usuários, sendo eles os únicos detentores dos lucros obtidos (MEINEN, 2014).

Com relação a sua classificação, no Brasil as cooperativas de crédito, segundo Melo Sobrinho e Soares (2015) estão classificadas por níveis:

- a) I Nível – quatro grupos voltados para o sistema organizado em 3º nível: singular, central e confederação, representados pelos Sistemas de Cooperativas de Crédito do Brasil (SICOOB); Sistema de Crédito Cooperativo (SICREDI); Confederação Nacional das Cooperativas Centrais Unired's (UNICRED) e a Confederação das cooperativas centrais de Crédito Rural com Interação Solidária (CONFESOL);
- b) II Nível - um grupo para as cooperativas organizadas pelas Centrais, 2º nível: representadas pela Cooperativa Central de Crédito Urbano/Santa Catarina (CECRED); UNICRED Norte/Nordeste; Cooperativa de Crédito/Paraná e Mato Grosso do Sul (UNIPRIME); CREDISIS/Rondônia; Central das Cooperativas de Crédito Mútuo do Rio Grande do Sul (CECRERS); Central das Cooperativas de Economia de Crédito Mútuo do Estado do Espírito Santo (CECOOPES).
- c) III Nível - um grupo para as chamadas Cooperativas Independentes, 1º nível: que são as cooperativas autônomas sem vínculos com um sistema.

A atuação das cooperativas está distribuída em vários níveis, com destaque para os sistemas organizados em 3º nível (singular, central e confederação), por possuírem mais capacidade, abrangência e amplitude em termos econômicos, financeiros e sociais, atendendo inteiramente às necessidades dos seus cooperados, por meio das soluções financeiras (crédito, investimento, cartões, previdências, seguras, entre outros). A evolução e/ou aprimoramento da legislação, relativa à atuação das cooperativas em níveis, contribuiu para o avanço do cooperativismo no Brasil (MELO SOBRINHO; SOARES, 2015; PORT, 2014).

2.3 INOVAÇÃO SOCIAL

Os estudos que tratam de inovação social possuem registros datados da década de 60, a exemplo de Schumpeter que já abordava em suas teorias a ideia de inovação social, porém apenas voltada ao crescimento econômico (MOULAERT *et al.*, 2005).

Entretanto, o conceito de inovação social direcionado para as necessidades sociais da sociedade surgiu com os conceitos de James B. Taylor e Dennis Gabor. Taylor (1970), trata a inovação social como uma nova maneira de responder às necessidades sociais, ou seja, nova maneira de fazer as coisas, com objetivos de atender às mazelas da comunidade/sociedade. Já Gabor (1970), reconhece inovação social como um dispositivo na luta por novos arranjos sociais como, por exemplo, novas leis e/ou novas tecnologias a serviço da coletividade (GABOR, 1970 *apud* CLOUTIER, 2003).

O tema inovação social, vêm sendo estudado nas Ciências Sociais Aplicadas como forma de buscar alternativas de mudanças sociais que satisfaçam as necessidades humanas não atendidas pelo setor público e/ou empresas privadas (MOULAERT *et al.*, 2005).

O conceito de inovação social pressupõe a ideia de preocupação em proporcionar melhorias na qualidade de vida da sociedade, surge de uma necessidade não atendida pelo estado, pelo indivíduo ou pelo mercado e que encontram, principalmente nos países menos desenvolvidos, mais espaço de atuação, pela degradação social existente (OLIVEIRA, 2013). Acrescenta Cloutier (2003), que a inovação social é uma nova solução para uma situação social considerada insatisfatória, buscando contribuir com melhorias na qualidade de vida dos indivíduos e/ou sociedade.

Para Phills (2009), inovação social é encarada como uma solução adequada a uma necessidade social ou problema social, cujos benefícios advindos destas ações possam alcançar a sociedade como um todo. O conceito de inovação social para André e Abreu (2006), é compreendido como uma solução nova e socialmente reconhecida, que se propõe em produzir mudanças sociais. Os autores ainda descrevem que, para haver inovação social, tais ações devem atender a três quesitos: I) deve corresponder às necessidades humanas, as quais não estão sendo atendidas pelo poder público e/ou empresas privadas; II) promover inclusão social; e III) deve capacitar as pessoas envolvidas; abranger procedimentos para combater a exclusão/marginalização social e promover mudanças sociais.

Segundo Ossani (2013), a inovação social se caracteriza por novas ações, ideias, novos processos e produtos que busca corresponder às necessidades sociais. Já para Farfus e Rocha (2007), o conceito de inovação está ligado à tentativa de superar as adversidades

vivenciadas pela sociedade no contexto social, composta por um conjunto de processos, produtos e metodologias, voltadas a contribuir com melhorias na qualidade de vida da sociedade. Acrescenta ainda que a inovação social representa a mola propulsora para a implantação de um novo método e/ou modelo para atender as demandas sociais.

O Centro para Inovação Social (CIS) *apud* Maurer (2011), define inovação social como sendo uma solução nova, eficiente e efetiva, no enfrentamento e/ou resolução de problemas e que o valor criado seja revertido para a sociedade em geral e não apenas para o particular, o que a diferencia, substancialmente, da concepção de inovação com foco em resultados econômicos.

Bignetti (2011, p. 6), elenca conceitos de inovação social, na percepção de vários autores, os quais encontram-se destacados na figura 4.

| AUTOR | CONCEITO |
|--|---|
| Taylor (1970) | Formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas, novas invenções sociais. |
| Dagnino e Gomes (2000), Dagnino <i>et al.</i> , (2014) | Conhecimento- intangível ou incorporado as pessoas ou equipamentos, tático ou codificado, que tem por objetivo o aumento da efetividade dos processos, serviços e produtos relacionados à satisfação das necessidades sociais. |
| Cloutier (2003) | Uma resposta nova, definitiva na ação e com efeito duradouro, para uma situação considerada insatisfatória, que busca o bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades. |
| Standford Social Innovation review (2003) | O Processo de inventar, garantir apoio e implementar novas soluções para problemas e necessidades sociais. |
| Novy e Leubolt (2005) | A inovação social deriva principalmente de: satisfação de necessidades humanas básicas; aumento de participação política de grupos marginalizados; aumento na capacidade sociopolítica e no acesso a recursos necessários para reforçar direitos que conduzam à satisfação das necessidades humanas e à participação. |
| Rodrigues (2006) | Mudanças na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre pessoas, decorrentes de abordagens, práticas e intervenções. |
| Moulaert <i>et al.</i> (2007) | Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, focada na satisfação de necessidades humanas (<i>empowerment</i>) através da inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária. |
| Mulgan <i>et al.</i> (2007) | Novas ideias que funcionam na satisfação de objetivos sociais; atividades inovativas e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas através de organizações cujos propósitos primários são sociais. |
| Phills <i>et al.</i> (2008) | O propósito de buscar uma nova solução para um problema social que é mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções existentes e para a qual o valor criado atinge principalmente a sociedade como todo e não indivíduos em particular. |
| Pol e Ville (2009) | Nova ideia que tem o potencial de melhorar a qualidade ou a quantidade da vida. |
| Murray <i>et al</i> (2010) | Novas ideias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que, ao mesmo tempo, são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir. |

Figura 4 – Conceito de inovação social

Fonte: Bignetti (2011, p.6).

Considerando os conceitos elencados na figura 4, a proposta de inovação social

perpassa a ideia de responsabilidade social e de filantropia. A inovação social propõe soluções definitivas para as mazelas sociais, com melhorias na qualidade de vida do indivíduo e da comunidade (HARRISSON, 2008). A responsabilidade social nada mais é do que o reconhecimento da comunidade como parte integrante da organização, a qual buscará por meio de suas ações sociais ou ambientais, contribuir para o desenvolvimento desta comunidade (TINOCO, 2008).

Acrescenta Ashley (2002), que o conceito de responsabilidade social está no comprometimento que a entidade deve ter para com a comunidade, desenvolvida por meio de atos e atitudes que contribuem positivamente com o desenvolvimento e ampliação da comunidade de modo geral e prestação de conta de seus atos.

Meinen e Port (2014), mencionam que o conceito de responsabilidade social para grande parte das empresas privadas é novo, mas para as cooperativas este conceito é decorrente do sétimo princípio do cooperativismo “interesse pela comunidade”. Acrescenta Aguiar (2012), que a realização da responsabilidade social para as cooperativas é resultante dos princípios e valores do cooperativismo. Para Barbosa e Rabaça (2001), a responsabilidade social nada mais é que o comprometimento que a empresa tem com a sociedade onde está inserida, sua contribuição não se limita em apenas gerar emprego e lucro.

Aguiar (2012), menciona que há uma distinção entre responsabilidade social e filantropia. Responsabilidade social é entendida como uma ação social planejada e modificadora, empregada pelas organizações como um *feedback* da sociedade, já filantropia nasce da bondade do empresário em colaborar, por meio de doações, em uma causa social.

Tenório (2006), complementa que a filantropia empresarial é encarada como uma ação de cunho social e de natureza assistencialista, beneficente e temporária, realizada por meio de doações financeiras ou não.

Já com relação ao conceito de inovação social, demonstra Rousselle (2013), que a inovação social não pode ser apenas mais um “analgésico” para o tempo de dificuldade e/ou diversidade. Acrescenta Oliveira (2013), que o conceito de inovação social está voltado para a criação de novas ideias com intuito de proporcionar bem-estar e melhorias sociais para os beneficiários e para sociedade com um todo. Serrat (2010), entende que, para que haja um melhor desenvolvimento ou obtenha um melhor resultado as ações de inovação social devem atender a uma necessidade, podendo ocorrer de diversas formas, tais como: benefícios materiais, apoio econômico e social, reconhecimento, compaixão e cuidado.

Já para Mulgan (2006), a inovação social é caracterizada por atividades e serviços inovadores com objetivos de satisfazer a uma necessidade social e são mais disseminadas por

entidades que possuem propósitos sociais.

2.3.1 Práticas de Inovação social

A prática de inovação social, na percepção de André e Abreu (2006), está mais presente nas organizações do terceiro setor, porém admite-se que a inovação social pode estar presente nas políticas públicas como forma de inclusão social e nas empresas privadas, onde as ações de responsabilidade das empresas podem conter conceitos e/ou resultados de inovação social.

A figura 5 apresenta alguns exemplos de inovação social proporcionadas pelas instituições financeiras públicas e privadas, de acordo com os conceitos tratados figura 4.

| Instituição Financeira | Inovação social |
|------------------------|--|
| Banco Itaú | A fundação do Banco Itaú financia e desenvolve projetos voltados ao incentivo à leitura nas escolas, as Olimpíadas de Língua Portuguesa e ainda financia projetos sociais do governo. |
| Banco Bradesco | A Fundação Bradesco possui escolas em todos os estados brasileiros, na região norte foram atendidos cerca de 17.810 alunos em 2014. É oferecido nas escolas o ensino fundamental e médio e cursos técnicos (informática, agropecuária e logística). |
| Banco HSBC | Projeto educacional que atende cerca de 350 crianças e adolescentes por ano, que vivem em instituições de acolhimento em Curitiba. Oferece assistência médica por meio de plano de saúde, complemento escolar, preparação para inserção no mercado de trabalho para jovens entre 16 e 18 anos. |
| Banco do Brasil | A Fundação do Banco do Brasil mantém em parceria com a prefeitura de Cacoal o projeto AABB comunidade que atende cerca de 120 crianças carentes dos bairros periféricos da cidade, com idade de 6 a 17 anos, com práticas esportivas. |

Figura 5 – Práticas de inovação social nas instituições financeiras
Fonte: Oliveira *et al.* (2015, p. 6).

De acordo com a figura 5, observa-se que as ações de inovação social encontram-se presentes também em instituições financeiras públicas e privadas. Todavia, estudos que tratam da inovação social no cooperativismo ainda é incipiente, carecem de pesquisas que identifiquem junto a essas instituições, como estão sendo aplicados os recursos em prol das comunidades em que atuam. Portanto, reside-se neste contexto a importância dessa pesquisa, em identificar a inovação social no Cooperativismo de crédito.

2.3.2 Inovação Social no Cooperativismo de Crédito

As cooperativas, as associações e os sindicatos no entendimento de Silva e Lengler

(2008), são as melhores alternativas para a prática da inovação social, haja vista que essas organizações buscam por meio das suas ações sociais superar as mazelas da sociedade. A Lei nº 5.764/71 “Lei do Cooperativismo no Brasil”, artigo 28, define que as cooperativas devem aplicar recursos no social, obrigando as cooperativas a constituir o fundo de Assistência Técnica, Educacional e **Social** (*grifo nosso*), destinados aos associados e seus familiares e quando previsto no estatuto aos seus colaboradores (funcionários) (BRASIL, 1971).

Outro ponto importante é a preocupação que as cooperativas têm em atender ao sétimo princípio do cooperativismo **“interesse pela comunidade”** (*grifo nosso*), nesse contexto diversas cooperativas possuem políticas de projetos sociais de forma a garantir o desenvolvimento da comunidade onde está inserido, cumprindo com o sétimo princípio do cooperativismo (MEINEM, 2014).

As cooperativas podem destinar recursos para o financiamento de projetos sociais que vão além de obrigatoriedade do atendimento aos cooperados e seus familiares, podendo estender aos colaboradores e comunidade local. Segundo Coelho e Gonçalves (2011, p. 437), “os projetos sociais afetam a realidade, alterando cenários, interferindo em diversas esferas, muitas vezes despertando sentimentos como sonhos e esperanças” buscando sempre contribuir com melhorias para sociedade.

Essas ações desenvolvidas em prol da melhoria da qualidade de vida de seus beneficiários, elaboradas através das aplicações de recursos destinados aos projetos sociais das cooperativas só se tornam perceptíveis quando os resultados positivos dessas ações produzirem melhorias significativas na comunidade que participam (AGUIAR, 2012). Seguindo este raciocínio MURRAY *et al.* (2010), demonstram que a inovação social é mais uma alternativa na busca de melhorias da qualidade de vida, face aos problemas sociais vivenciados pela sociedade.

3 METODOLOGIA

Esta seção trata da metodologia da pesquisa, delineada de acordo com os objetivos propostos e com a problemática exposta.

A pesquisa se classifica como exploratória e descritiva, com método dedutivo, pois tem como propósito analisar se os projetos sociais custeados pela cooperativa em estudo podem ser considerados como inovação social. E descritiva, porque irá descrever a caracterização da Cooperativa em estudo, o perfil dos beneficiários, bem como os resultados dos projetos sociais.

Com relação à natureza da pesquisa, se configura como aplicada, com abordagem qualitativa. Optou-se pela utilização de pesquisa bibliográfica, documental e pesquisa de campo. Na Bibliográfica foram utilizados livros, artigos científicos, revistas e materiais disponíveis na internet para construção do referencial teórico. Na pesquisa documental, foram utilizados documentos extraídos do departamento de desenvolvimento social da Cooperativa em estudo para levantamento dos valores e objetivos dos projetos sociais, referente aos anos de 2013, 2014 e 2015. A pesquisa de campo foi aplicada no período de 13 de abril a 02 de maio de 2016, por meio de entrevistas, com a utilização de roteiro semiestruturado em visitas *in loco*. Foram entrevistados os beneficiários e gestores dos projetos sociais financiados pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP, conforme figura 6.

O roteiro semiestruturado foi elaborado no sentido de identificar se os projetos sociais representados na figura 6, se configuram como inovação social a partir dos conceitos tratados por Taylor (1970), Mulgan *et al.* (2006), Ossani (2013), Murray *et al.* (2010), Serrat (2010), Phills (2009), Farfus e Rocha (2007), no referencial teórico.

A figura 6 evidencia as principais características dos projetos sociais denominados Mandionana, Leite Nutritivo, Mulheres de Lenço e Mais Esporte, objeto de estudo.

| Projetos | Projeto Mandionana | Família Agrícola: Leite Nutritivo | Mulheres de Lenço | Projeto mais Esporte |
|---|---|---|--|---|
| Objetivo | Fortalecer os agricultores da região e valorizar a cultura da mandioca e banana, referência da região. E a realização da feira Mandionana | Produção de leite através do pastejo rotacionado, e ensinamentos sustentáveis para os alunos da escola. | Adquirir um kit estampa para a ONG Mulheres de Lenço, com intuito de gerar renda e trabalho para pacientes com câncer. | Contribuir para a formação das crianças e adolescentes em situação de fragilidade social. |
| Público Alvo | Produtores rurais que cultivam mandioca e/ou banana. | Estudantes do curso técnico em agropecuária, filhos de pequenos produtores rurais da zona da mata. | Mulheres e/ou homens que estão em tratamento de câncer. | Aproximadamente 270 crianças e adolescentes. |
| Principais Resultados Esperados no projeto | Aumento da renda e a valorização da cultura. | Produção de leite para a própria escola. Comercialização do excedente. Conscientização da sustentabilidade. | Geração de trabalho e renda complementar. Conscientização sobre prevenção de câncer. | Ensinar as crianças e adolescentes ter disciplina. Incentivar a prática do esporte. |
| Município de execução | São Felipe do Oeste/RO | Novo Horizonte/RO | Rolim de Moura/RO | Rolim de Moura/RO |
| Ano de início das atividades | 2013 | 2014 | 2015 | 2015 |

Figura 6 – Projetos sociais objetos de estudo

Fonte: Elaborado pelo autor com base em dados extraídos da cooperativa de crédito em estudo (2016).

A figura 7 evidencia o público alvo, que compreende os beneficiários dos projetos sociais em estudo, população e amostra da pesquisa.

| PROJETO | PÚBLICO-ALVO | POPULAÇÃO | AMOSTRA |
|--|---|---|---|
| Mandionana | Agricultores familiares | Gestora e associadas da Assoc. ATRERON, participantes da feira mandionana. Aproximadamente 10 associados. | 07 associados da ATRERON e sua gestora. |
| Família Agrícola: Leite Nutritivo | Alunos do curso técnico em agropecuária | Alunos matriculados no 4º ano do curso técnico em agropecuária, aproximadamente 40 alunos e o gestor da escola. | 20 educandos participantes do projeto e o gestor. |
| Mulheres de Lenço | Mulheres e/ou homens em tratamento de câncer. | Gestora da ONG e Aproximadamente 20 mulheres em tratamento do câncer. | 06 mulheres em tratamento de câncer e a gestora. |
| Mais Esporte | Pais dos alunos | Pais de alunos com idade entre 8 a 10 anos. Aproximadamente 20 alunos e a gestora da Entidade | 16 pais de alunos e a gestora. |

Figura 7– Público-alvo da pesquisa.

Fonte: Próprio autor (2016).

Com relação ao total de entrevistas realizadas (figura 7), no projeto social Mandionana foi possível a aplicação de 07 entrevistas com associadas da ATRERON, durante a realização da feira tradicional de quarta-feira, a qual ocorreu no dia 13/04/2016, as demais não foram localizadas.

No projeto social Leite Nutritivo, os participantes são os educandos do 4º ano do curso técnico em agropecuária de 2016. A turma é composta por 40 educandos, destes entrevistou-se 20 alunos. As entrevistas foram realizadas no mês de abril nas dependências da escola.

No projeto Mulheres de Lenço, as entrevistas foram realizadas durante a reunião realizada no mês de abril promovida pela ONG Mulheres de Lenço, com a participação de 11 mulheres em tratamento, do total de 20. Destas, foi possível entrevistar 06 (figura 7), considerando que 05 estão em atendimento psicológico e a pedido da ONG não foram incluídas para não prejudicar o tratamento, as outras 09 mulheres não participaram da reunião por estarem em tratamento em outras cidades (Porto Velho/ RO, Barretos/ SP), não sendo possível entrevistá-las.

No projeto Mais Esporte, os pais foram entrevistados durante a realização da reunião do mês de abril, promovida pela entidade, dos 20 pais mencionados na figura 07, compareceram e foram entrevistados 16.

Participaram, ainda, da pesquisa de campo 04 gestores dos projetos sociais em estudo, as entrevistas foram realizadas nas sedes das instituições, as quais estão vinculadas os

respectivos projetos.

No tratamento de dados utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, quanto aos dados coletados junto aos beneficiários dos projetos sociais, com a finalidade de extrair os significados e a percepção dos mesmos sobre os referidos projetos.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

Nesta sessão serão evidenciados os resultados dos dados coletados na pesquisa de campo, a qual foi aplicada junto aos beneficiários e gestores dos projetos sociais Mandionana, Leite Nutritivo, Mulheres de Lenço e Mais Esporte, por meio de entrevistas em visitas *in loco*, bem como a caracterização da cooperativa de crédito SICOOB CREDIP.

Desta forma, a apresentação dos resultados segue a seguinte proposta: na subseção 4.1 expõe-se a caracterização da Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP; na subseção 4.2 apresenta-se o perfil dos beneficiários dos projetos sociais; e na subseção 4.3, os resultados dos projetos sociais.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA COOPERATIVA DE CRÉDITO SICOOB CREDIP

No ano de 1996, foi fundada a primeira Cooperativa de crédito Rural do Estado de Rondônia. Os 53 cooperados interessados pela ideia do cooperativismo adquiriram suas cotas formando um capital social de R\$ 5.300,00. Iniciando os atendimentos aos cooperados no ano de 1998 (SICOOB CREDIP, 2016).

Cooperativa SICOOB CREDIP atua no ramo de crédito, com 18 anos de existência, está presente com 27 pontos de atendimento (PA), distribuídos em 23 municípios do estado de Rondônia (Pimenta Bueno, Cacoal, Espigão do Oeste, Chupinguaia, Parecis, Rolim de Moura, Auto Alegre dos Parecis, Alta Floresta d'Oeste, São Francisco do Guaporé, Costa Marques, Seringueiras, São Miguel do Guaporé, Alvorada d'Oeste, Primavera de Rondônia, São Felipe d'Oeste, Nova Brasilândia d'Oeste, Novo Horizonte d'Oeste, Novo Plano, Santa Luzia d'Oeste, Castanheiras, Ministro Andreazza, Migrantinópolis e São Domingos do Guaporé) e 02 pontos de atendimento (PA), nos municípios de Santo Antônio do Matupí e Apuí, pertencentes ao Estado do Amazonas. A matriz da cooperativa SICOOB CREDIP está localizada na cidade de Pimenta Bueno/RO (SICOOB CREDIP, 2016).

A cooperativa conta com mais de 25.000 cooperados, os quais usufruem dos produtos oferecidos pela cooperativa, tais com: Crédito consignado, empréstimo pessoal,

financiamentos, poupança, cartões débito/crédito, crédito rural, seguros, consórcios e previdência complementar (SICOOB CREDIP, 2016).

A SICOOB CREDIP tem como missão “gerar soluções financeiras adequadas e sustentáveis por meio do cooperativismo, aos cooperados e às suas comunidades”, e como visão “ser modelo de liderança, cultura e ética cooperativista, com equilíbrio econômico, social e ambiental. Um porto seguro para um futuro feliz” (SICOOB CREDIP, 2016).

A Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP por meio de sua política de ações sociais, desenvolve projetos sociais com o objetivo de contribuir com o desenvolvimento da comunidade, a exemplo dos projetos sociais em estudo (SICOOB CREDIP, 2016).

4.2 PERFIL DOS BENEFICIÁRIOS DOS PROJETOS SOCIAIS MANDIONANA, LEITE NUTRITIVO, MULHERES DE LENÇO E MAIS ESPORTE

Com relação ao perfil social dos beneficiários dos projetos sociais em estudo, os dados da pesquisa apontam que dos entrevistados, 61% são do gênero feminino e 39% do gênero masculino. O maior número de beneficiários do gênero feminino é fruto dos projetos sociais Mandionana e Mulheres de Lenço que são compostos na sua totalidade por mulheres.

Quanto à idade dos entrevistados, pode-se constatar que 38,78% são constituídos por jovens com idade entre 16 a 20 anos, e trata-se dos beneficiários do projeto social Leite Nutritivo, já 36,74% dos entrevistados tem idade entre 21 a 40 anos, compreendem os demais projetos sociais, conforme demonstra a figura 8.

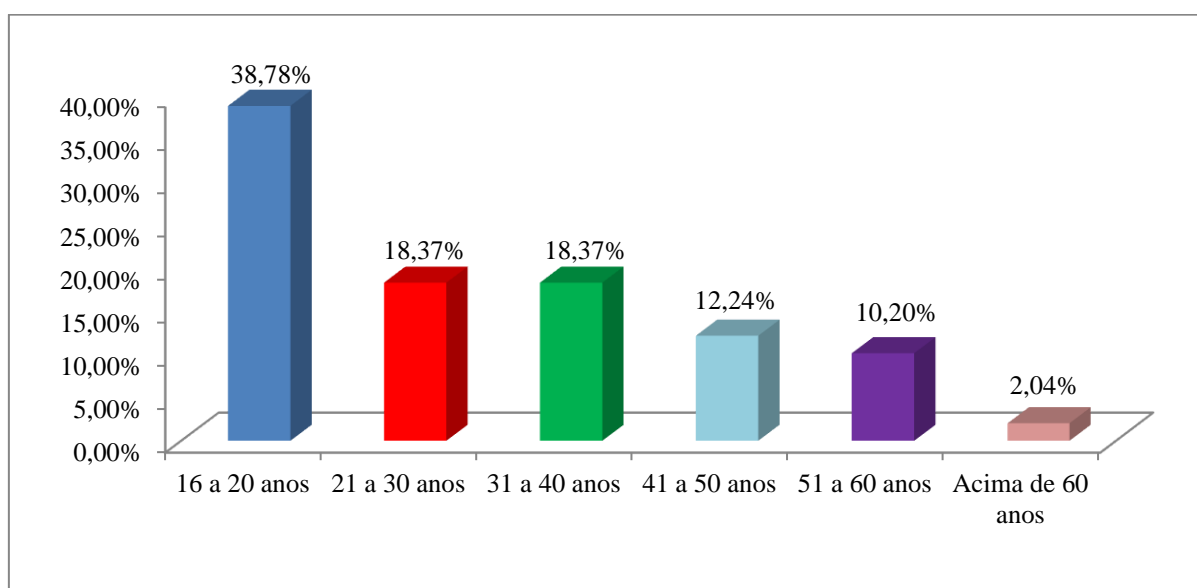


Figura 8 – Idades dos entrevistados.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Identificou-se na pesquisa que dos entrevistados, 51,02% são solteiros e a maioria são os jovens beneficiários do projeto Leite Nutritivo, 38,78% são casados, 8,16% divorciados e 2,04% viúvos.

Quanto ao nível de escolaridade dos entrevistados, há uma diversificação se comparados por projetos sociais, no projeto social Leite nutritivo, todos os entrevistados estão cursando o ensino médio (curso técnico em agropecuária), nos demais projetos sociais o grau de escolaridade predominante é o médio completo, seguido do ensino fundamental incompleto. Vale ressaltar que no projeto mulheres de lenço e mais esporte, 04 (quatro) dos entrevistados estão cursando ensino superior. Os projetos sociais Leite Nutritivo e Mais Esporte vêm fortalecer o apoio à educação e a vida escolar dos beneficiários.

Com relação à renda familiar mensal, verificou-se que para 77,55% dos entrevistados é de até 02 (dois) salários mínimos, classificados como classe social “D”, ou seja, incluídas nas famílias de baixa renda, conforme estudos realizados pela Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (BRASIL, 2014). Os entrevistados informaram que essa renda familiar é aplicada no sustento de suas famílias que são compostas por 04 (quatro) membros, para 30,61% dos entrevistados e para 28,57%, acima de 04 (quatro), conforme demonstra a tabela 1.

Tabela 1 – Renda principal e complementar, total de integrantes na família e escolaridade dos entrevistados.

| Projetos Sociais* | Renda Principal | | Renda complementar | | Escolaridade | | Integrantes familiares | |
|-------------------|---------------------|--------|--------------------|--------|-----------------|--------|------------------------|--------|
| | Até 1 salário | 34,70% | Bolsa família | 26,53% | Fund. Inc. | 18,37% | 01 pessoa | 4,08% |
| | De 1 a 2 salários | 42,85% | Aposentadoria | 12,24% | Fund. Compl. | 10,20% | 02 pessoas | 14,29% |
| | De 2 a 3 salários | 16,33% | Auxílio doença | 12,24% | Médio Inc. | 40,82% | 03 pessoas | 22,45% |
| | De 3 a 4 salários | 6,12% | Pensão | 2,04% | Médio Compl. | 20,41% | 04 pessoas | 30,61% |
| | Acima de 4 salários | 0% | Não possui | 46,95% | Superior Inc. | 8,16% | Acima de 4 pessoas | 28,57% |
| | | | | | Superior Compl. | 2,04% | | |

*Mandionana/ Mulheres de lenço/ Leite nutritivo e Mais esporte.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Ainda com relação à renda familiar mensal (tabela 1), 46,95% dos entrevistados não possuem renda complementar, já para 26,53% dos entrevistados, a renda familiar é complementada pela bolsa família e para 24,48% a renda é reforçada pela aposentadoria e

pelo auxílio doença, no caso das beneficiárias do projeto social mulheres de lenço.

A condição de residência de acordo com os resultados da pesquisa pode ser tratada como um fator importante na condição socioeconômica dos entrevistados, uma vez que 91,84% responderam que residem em casa própria, não necessitando destinar parte da sua renda, já baixa, para custear o aluguel, conforme detalhes na figura 10.

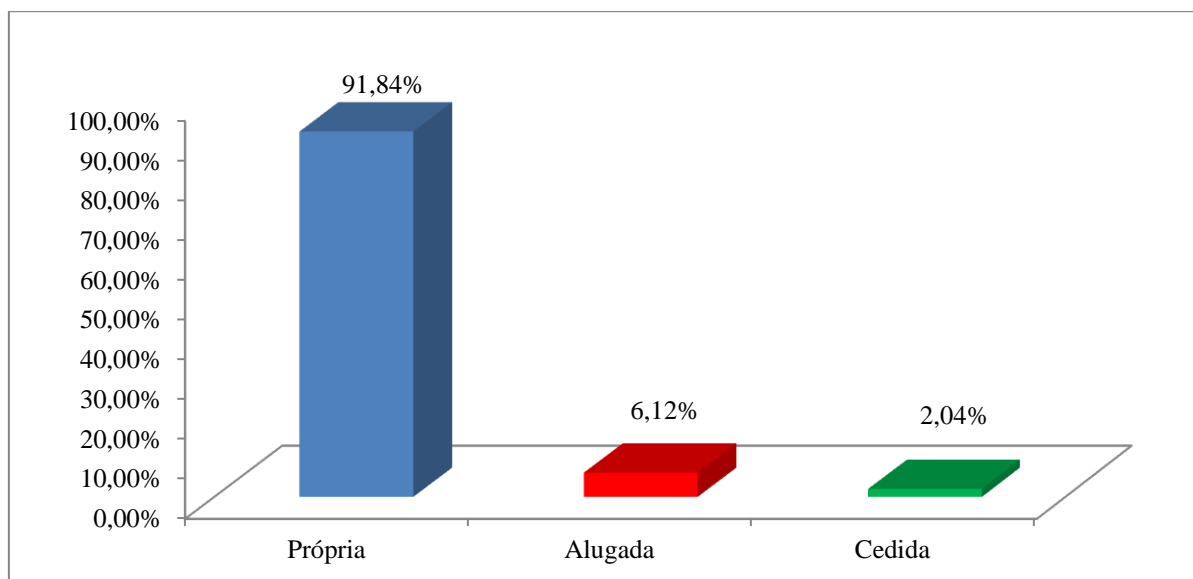


Figura 10 – Tipo de moradia dos entrevistados.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Questionados sobre como avaliam o projeto social que participam, ou seja, o quanto os projetos são importantes para a vida dos beneficiários, 51,02% dos entrevistados classificam como excelente e 48,98% consideram bom.

Todos os respondentes informaram que tomaram conhecimento da realização dos projetos sociais por meio das organizações que participam. Os principais motivos que levaram à inscrição nos projetos sociais foram: melhorias na renda, prática de esporte, auxílio no tratamento do câncer, profissionalização, dentre outros.

4.3 RESULTADOS DOS PROJETOS SOCIAIS

Para atender ao objetivo geral proposto, que consiste em analisar se as práticas sociais desenvolvidas pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP podem ser tratadas como inovação social. A pesquisa de campo buscou conhecer a percepção dos beneficiários dos projetos sociais denominados Mandionana, Leite Nutritivo, Mulheres de Lenço e Mais Esporte, todos financiados pela cooperativa de crédito em estudo, no sentido de identificar os

resultados no tocante à melhoria da qualidade de vida, bem-estar e autonomia produtiva, para posteriormente de acordo com os conceitos tratados no referencial teórico, identificá-los ou não como inovação social.

4.3.1 Projeto Mandionana

A Associação das Trabalhadoras Rurais Esperançosas de Rondônia (ATRERON) com sede na linha 45, lote 33, km 06, na cidade de São Felipe do Oeste/RO, com o apoio do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), do município, elaboraram o projeto social denominado “Mandionana” com o objetivo de fortalecer os agricultores da região e valorizar o cultivo da mandioca e banana, referência da região, e também para a realização da feira Mandionana, visando gerar renda por meio da comercialização de produtos derivados da banana e/ou mandioca aos participantes, durante e após a feira mandionana.

Este projeto social participou do edital ofertado pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP, no ano de 2013, e com a aprovação foi contemplado com a quantia de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), para aprimorar, ampliar e para custear a realização da segunda edição da feira mandionana.

Em análise aos dados da pesquisa foi possível verificar que o projeto social contribuiu para a comercialização dos produtos e aumento da renda, conforme demonstra a figura 11.

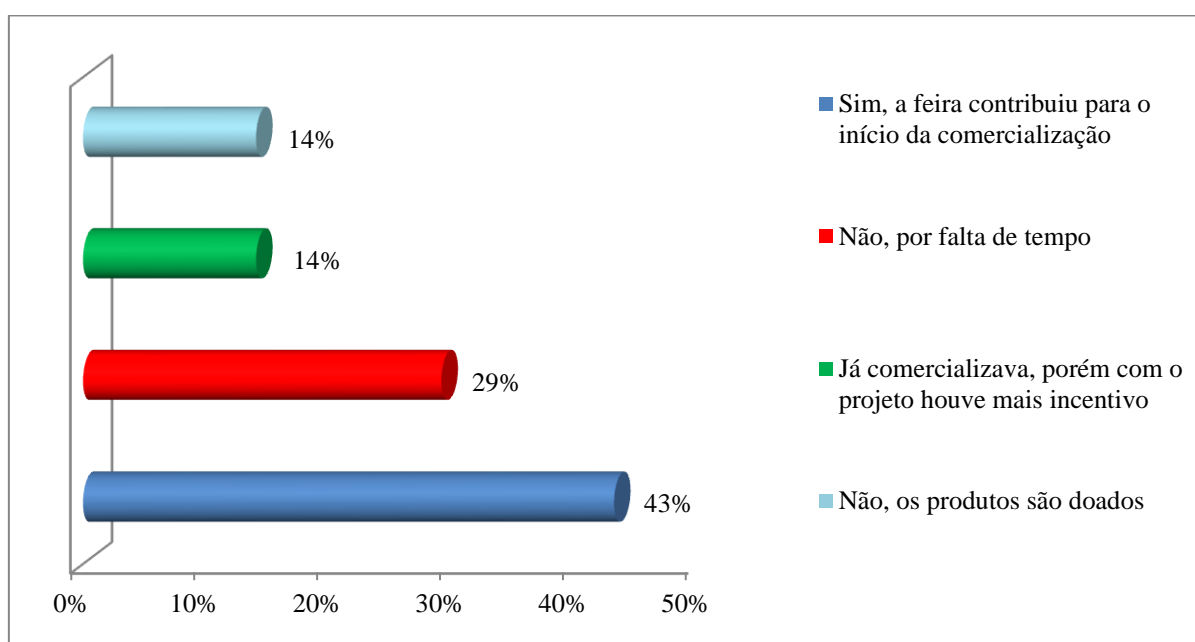


Figura 11 – Comercialização dos produtos, após a feira mandionana.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A figura 11 evidencia que, 43% das entrevistadas passaram a comercializar seus produtos derivados da banana e/ou mandioca após a participação e relataram que a feira mandionana contribuiu para o início da comercialização, e que houve aumento na renda, a qual é utilizada para melhorar a qualidade da alimentação e bem-estar da família, acrescentaram que após a participação na feira passaram a fabricar novos produtos derivados da banana e mandioca, aumentando seu (mix) de produtos, dentre eles: bolo, pastel e sorvete de mandioca, doce e torta de banana.

Já 14% comercializavam antes da feira, porém com a sua participação no projeto social feira mandionana houve mais incentivo e aumento nas vendas, o que proporcionou melhorias na renda familiar, 14% não comercializam porque seus produtos derivados da banana e/ou mandioca são doados para o CRAS do município e 29% simplesmente não comercializam por falta de tempo.

As ações que valorizam a agricultura familiar e a maneira como se busca corresponder a uma necessidade social, proporcionando melhorias na qualidade de vida de seus beneficiários e familiares, através do aumento da renda proporcionado pela comercialização mais efetiva e duradoura de seus produtos, podem ser tratadas como inovação social, de acordo com Ossani (2013) e Serrat (2010).

A figura 12 evidencia o ganho socioeconômico para os beneficiários do projeto social mandionana, por meio do aumento da renda com a execução da feira.

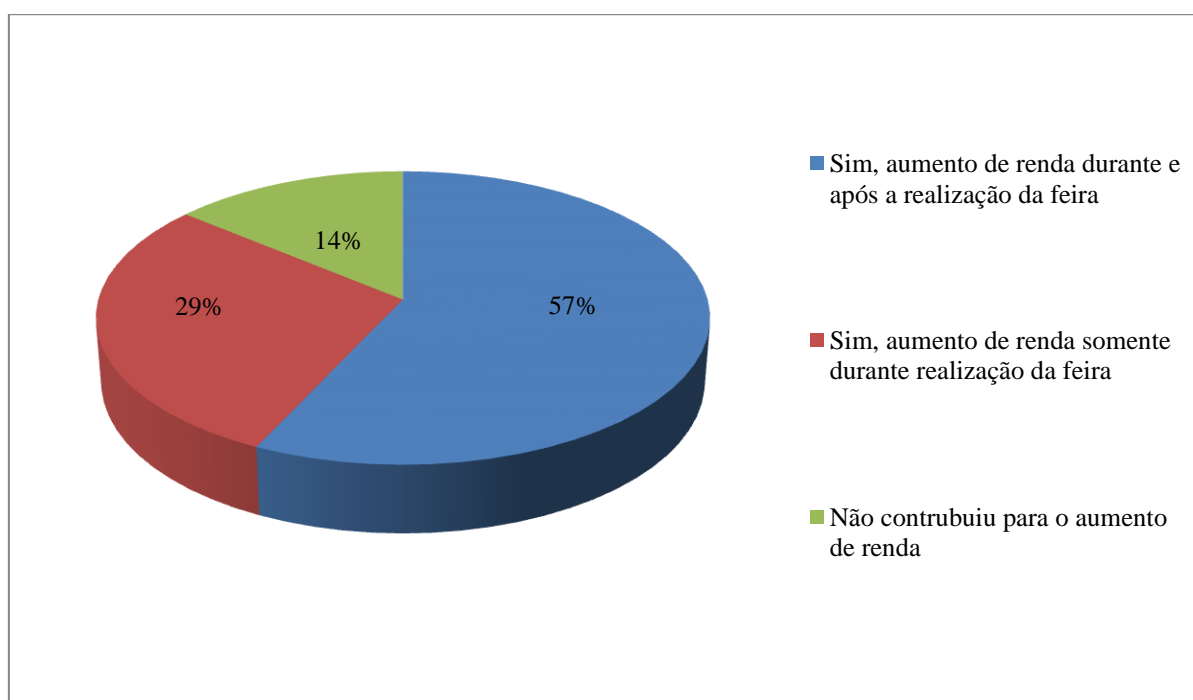


Figura 12 – Aumento da renda familiar.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A figura 12 evidencia que, 57% das entrevistadas mencionaram que houve melhorias na renda familiar, sendo de aproximadamente até um salário mínimo por mês, durante e após a realização da feira, sendo a renda utilizada para custear partes das despesas da família, tais como, alimentação, luz, vestuário e lazer, contribuindo com melhorias na qualidade de vida das beneficiárias e seus familiares. Uma das entrevistadas relatou que utiliza o aumento da renda para custear parte dos estudos (faculdade) de seu filho.

Observa-se conforme indicam os resultados do projeto que as ações sociais praticadas pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP perpassam a ideia de responsabilidade social, ou seja, promovem mudanças na qualidade de vida das pessoas por meio de novas invenções sociais (FARFUS; ROCHA, 2007; OSSANI, 2013). Já 29% das entrevistadas relataram que houve aumento de aproximadamente até um salário mínimo na sua renda, porém somente durante a realização da feira e, para 14% das entrevistadas não houve aumento da renda, porque não possuem tempo disponível para a comercialização dos produtos.

Com relação ao aumento na procura dos produtos derivados da banana e/ou mandioca, 57% das entrevistadas disseram que após expor seus produtos na feira mandionana houve um aumento de 15% em média na procura dos seus produtos. Outro ponto importante foi a contribuição que a feira mandionana proporcionou quanto a divulgação do cultivo da banana e/ou mandioca no município, 86% das entrevistadas mencionaram que foi essencial e perdura até os dias atuais, já 14% relataram que essa divulgação foi momentaneamente, apenas durante a realização da feira.

Em entrevista com a coordenadora da Associação das Trabalhadoras Rurais Esperançosas de Rondônia (ATRERON), associação que executa o mandionana, esta relatou que o projeto social proporciona resultados durante e após a realização da feira, gerando aumento de renda para as beneficiárias, contribuiu para melhorias na qualidade dos produtos, aumentou a diversidade (mix) de produtos e contribuiu para o incentivo do cultivo de várias hortaliças, frutas e tubérculos, em especial o cultivo da banana e/ou mandioca e também para a divulgação e valorização da agricultura familiar.

Aliados a esses incentivos a associação buscou ser contemplada pelo projeto do Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA), modalidade Compra com Doação Simultânea (CDS) da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) com o lema “renda para quem produz e comida na mesa de quem precisa”, obtendo sua aprovação no ano de 2013.

Em entrevista com as beneficiárias e com a administradora da associação foi possível

concluir que, 57% das entrevistadas participam do projeto (PAA), modalidade Compra com Doação Simultânea (CDS), as quais vendem seus produtos (banana, mandioca, verduras, legumes, bolo de mandioca, bolo de banana, entre outros) para a Associação das Trabalhadoras Rurais Esperançosas de Rondônia (ATRETERON) que repassa em forma de doações para a Escola Geone Silva, Escola Felipe Camarão, Escola Manteiro Lobato, Escola Orlindo Silva, Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE), Hospital Municipal, Centro de Referência de Assistência Social (CRAS), Igreja Assembleia de Deus, Igreja Batista e Igreja São Francisco, todos localizados no município de São Felipe do Oeste/RO, proporcionando renda para as integrantes do projeto (PAA).

4.3.2 Projeto Leite Nutritivo

A Escola Família Agrícola Chico Mendes (curso técnico em agropecuária) tem como lema “escola e família, juntos na formação de jovens rurais”, está localizada no município de Novo Horizonte/RO. A escola participou do edital de projetos sociais e teve o seu projeto social denominado “Leite Nutritivo” aprovado pelas ações sociais da Cooperativa SICOOB CREDIP, no ano de 2014.

A Cooperativa destinou a quantia de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) para a construção de 24 piquetes irrigados com dimensão de 14,42m² x 13,88m², totalizando uma área de 5.700 m² e para compra de três vacas leiteiras, benfeitorias antes não existentes na escola. O objetivo do projeto social é capacitar os educandos a desenvolver atividades como: manejo de pastagens, melhoramento genético, manejo sanitário, alimentação do gado leiteiro, pastejo rotacionado, também atender a demanda de leite da escola e comercializar o excedente de leite visando à manutenção do projeto.

Questionados sobre a contribuição que o projeto social está proporcionando quanto à formação na modalidade técnico em agropecuária, 100% dos entrevistados responderam que o projeto proporcionou não só conhecimentos teóricos, mas também prático sobre a bovinocultura leiteira.

Com relação à formação dos educandos como técnico em agropecuária, foi questionado se o projeto social leite nutritivo não fosse implantado, ou seja, se os educandos não tivessem participado do projeto social, sua formação teria o mesmo resultado quanto aos conhecimentos adquiridos, 90% dos entrevistados disseram que não, porque obtiveram o privilégio de vivenciar e adquirir na prática os conhecimentos sobre a bovinocultura leiteira, o que só foi possível com a implantação do projeto.

Com relação aos tipos de conhecimentos que o projeto social proporcionou, são de suma importância para a formação e capacitação dos educandos quanto à bovinocultura leiteira, estes estão demonstrados na figura 13.

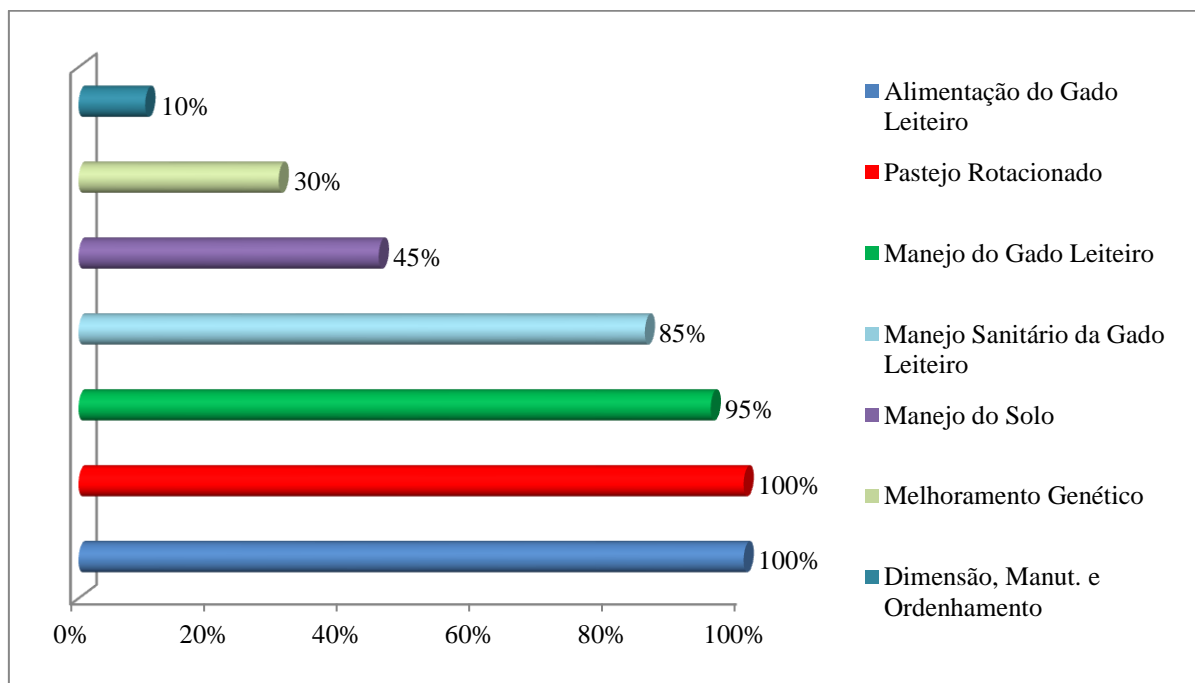


Figura 13 – Conhecimentos adquiridos por meio do projeto social leite nutritivo.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Com relação à figura 13, os dados da pesquisa demonstram que, 100% dos entrevistados adquiriram conhecimento sobre o pastejo rotacionado e alimentação do gado leiteiro, 95% obtiveram conhecimentos sobre o manejo do gado leiteiro, 85% sobre o manejo sanitário do gado leiteiro, já a absorção dos conhecimentos sobre o manejo do solo, melhoramento genético do gado leiteiro e a dimensão, manutenção do espaço e ordenhamento das vagas leiteiras foram menos expressivos. Esses resultados evidenciam a intensidade do aprendizado proporcionado pelo projeto social na formação e capacitação dos educandos, como técnicos em agropecuária, em especial no trato com a bovinocultura leiteira.

Questionados se estão utilizando os conhecimentos adquiridos sobre a bovinocultura leiteira, proporcionado pelo projeto, aplicando-os na propriedade onde residem visando melhorias na renda, 40% dos entrevistados mencionaram que já estão utilizando os conhecimentos adquiridos sobre a bovinocultura leiteira, e isso proporcionou aumento na renda entre R\$ 300,00 (trezentos reais) a R\$1.500,00 (um mil e quinhentos reais) por mês, utilizados para custear parte das despesas familiares, tais como, alimentação, luz, lazer e vestuário, melhorando a qualidade de vida dos entrevistados e familiares e também para a

manutenção das atividades do gado leiteiro. Vale mencionar que a melhoria na renda se deu pelo aumento da produção de leite, advindo da aplicação dos conhecimentos adquiridos.

Observa-se que os conhecimentos adquiridos e aplicados no campo possibilitam a ampliação das atividades das propriedades, o conhecimento de novas técnicas de manejo, o aumento da renda de maneira mais sustentável, proporcionando avanços na escala social (OLIVEIRA, 2013).

Já, 60% dos entrevistados não estão utilizando os conhecimentos proporcionados pelo projeto quanto à bovinocultura leiteira, alguns por residirem em área urbana, outros por não trabalharem com a bovinocultura leiteira, conforme demonstra a figura 14.

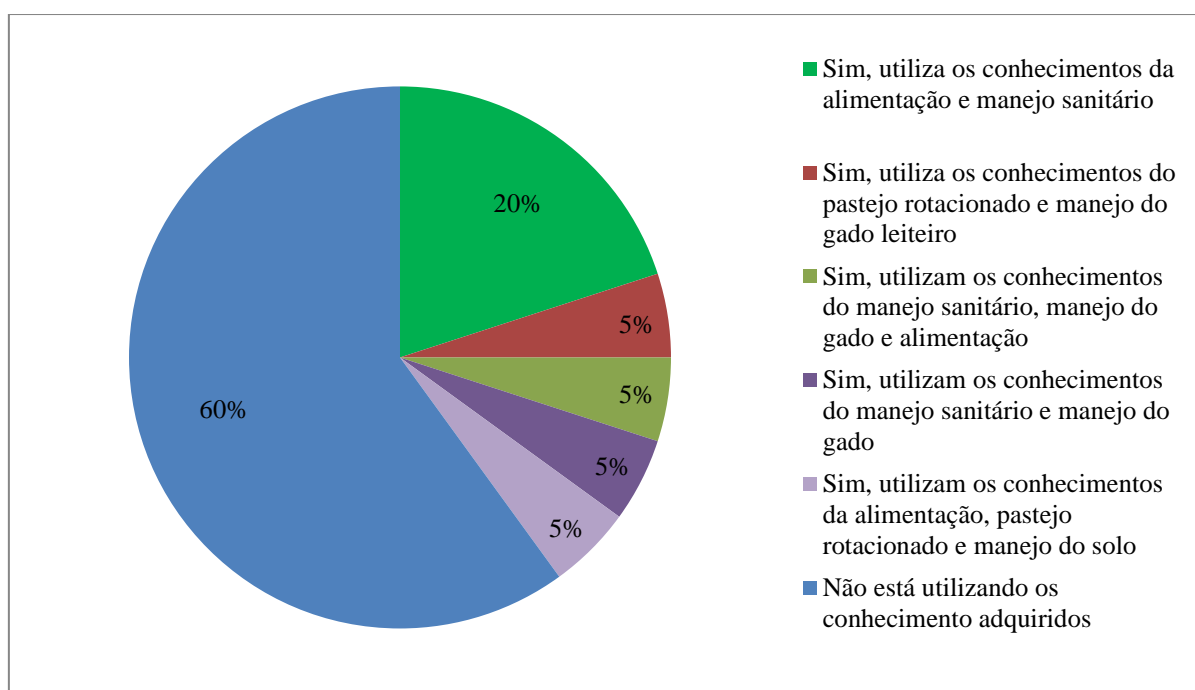


Figura 14 – Utilização dos conhecimentos na propriedade.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Sobre a motivação, foi questionado se o projeto social motivou os educandos a desenvolverem algum tipo de atividade na meio rural, sendo que 90% dos entrevistados responderam que sim, tais como: bovinocultura leiteira, gado de corte (cria e recria), suinocultura e cafeicultura. Destaca-se que 85% dos entrevistados residem em área rural e apenas 15% em área urbana, o que favorece a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos.

Em entrevista com o diretor da escola agrícola, este mencionou que os pontos positivos proporcionados pelo projeto social foram: conhecimentos teóricos e práticos sobre a bovinocultura leiteira, essências para a formação dos educandos como técnicos em

agropecuária, aumento na demanda de leite na escola que, antes da implantação do projeto a produção de leite não era suficiente para atender a todos, sendo necessário adquirir de terceiros, com isso o dinheiro que ora era utilizado para a compra de leite, foi destinado para outros fins.

Acrescentou o diretor, que o projeto social atende totalmente a demanda do leite na escola e com sobras, sendo que o excedente é comercializado e os recursos financeiros oriundos desta comercialização são destinados para a compra de ração, insumos, adubos, medicamentos e ferramenta para a manutenção do projeto social, tornando-o autossustentável.

O projeto Leite Nutritivo é autossustentável, além de continuar proporcionando conhecimentos sobre a bovinocultura leiteira aos futuros educandos da escola, com perspectiva que tais conhecimentos continuem sendo utilizados nas propriedades rurais e que isso favoreça o aumento na produção, melhorias na renda e na qualidade de vida. De acordo com Cloutier (2003), as ações de inovação social, além de contribuir com melhorias na qualidade de vida, devem ser mais efetivas e duradouras.

4.3.3 Projeto Mulheres de Lenço

Mulheres de Lenço é uma Organização Não Governamental (ONG) sem fins lucrativos, fundada em junho do ano de 2014. Constituída por voluntárias, que juntos desejam prestar apoio para as pessoas que lutam contra o câncer, tendo como objetivo a busca pela superação ou minimização do sofrimento dessas pessoas e por esse motivo a ONG trabalha criando laços de amizade e ajuda mútua. Sua missão é prestar assistência social e psicológica aos pacientes com câncer.

A ONG Mulheres de Lenço participou do edital de projetos sociais e teve o seu projeto aprovado pelas políticas de ações sociais da Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP, no ano de 2015. A Cooperativa em estudo destinou a quantia de R\$ 30.072,90 (trinta mil, setenta e dois reais e noventa centavos) para a compra de um kit estamparia. Em entrevista com a administradora e idealizadora da ONG, esta mencionou que o kit está sendo utilizado para a fabricação de estampas em camisetas, copos, xícaras, chinelos e etc., gerando renda para ONG e automaticamente contribuindo para custear partes das despesas de mulheres com câncer, tais como: pagamento de biópsia, mamografia, consultas das pacientes, entre outras e também para diversas despesas da ONG.

Vale ressaltar que os trabalhos realizados na estamparia são executados por uma funcionária da ONG e, que as mulheres participantes do projeto realizam outras atividades

como, por exemplo, artesanato, desenhos (pintura) em peças de barros e se beneficiam da renda gerada pela comercialização dos produtos da ONG.

Em análise aos dados da pesquisa pode-se perceber que a ONG favorece as suas beneficiárias um melhor acesso ao tratamento do câncer, auxiliando nos agendamento dos exames e consultas, por vezes custeadas pela ONG, proporcionando uma melhor qualidade de vida durante o enfrentamento da doença. Os dados da pesquisa apontam que a renda proporcionada pelo projeto social contribui para que isso seja possível. As entrevistadas mencionaram que as consultas que antes levavam 90 dias para serem atendidas, com o apoio da ONG foi reduzido para 05 dias e essa agilidade proporciona melhores resultados no tratamento do câncer.

Em termos econômicos, o projeto social mulheres de lenço, está proporcionando renda para a ONG, que utiliza para custear partes de suas despesas e também para subsidiar certas necessidades, contribuindo com o bem-estar das mulheres em tratamento do câncer. Estas ações e/ou maneira de fazer algo, com propósito de contribuir com o bem-estar dos indivíduos e comunidade, podem ser caracterizadas como inovação social, de acordo com Cloutier (2003), conforme demonstra a figura 15.

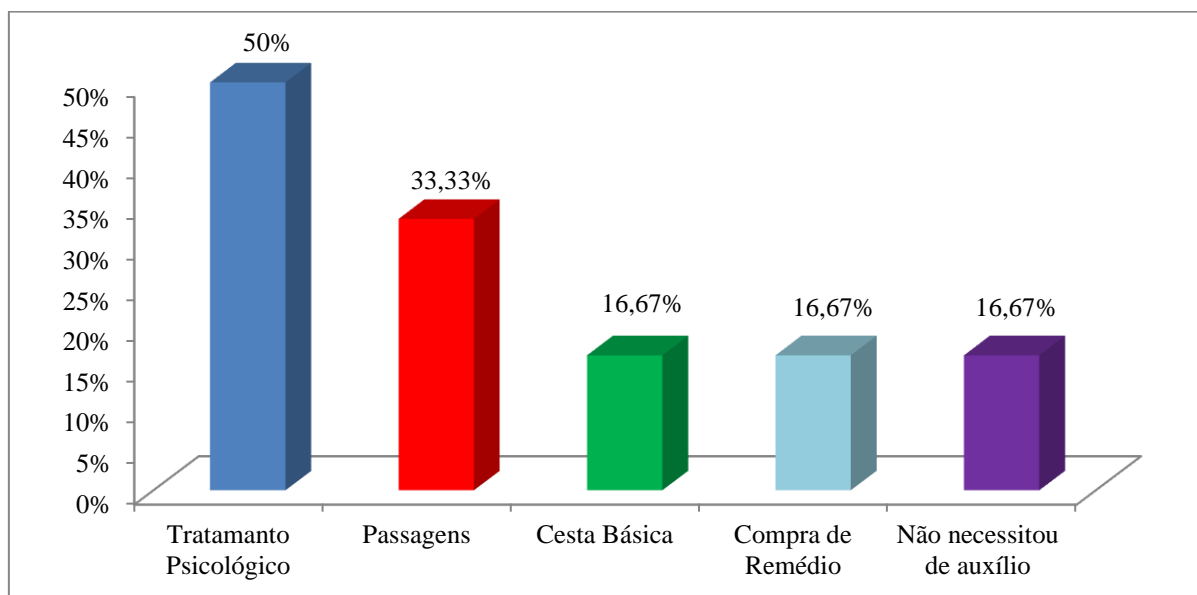


Figura 15 – Necessidades custeadas pela renda do projeto social.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A figura 15 demonstra algumas necessidades custeadas pela ONG, utilizando a renda proporcionada pelo projeto social. Das entrevistadas, 50% tiveram seu tratamento psicológico custeado pela ONG, hoje este tratamento é realizado de forma gratuita por um psicólogo voluntário, 33,33% foram beneficiadas pelo pagamento de passagens, 16,67% pela compra de

remédios e cesta básica. Acrescentou uma das entrevistadas que a ONG foi e está sendo o seu único apoio econômico e psicológico para o enfrentamento da doença.

Questionadas se o seu tratamento teria o mesmo resultado (condição psicológica e econômica) se não participassem da ONG e do projeto social, 100% das entrevistadas responderam que não, porque não teriam o apoio e motivação necessária para o enfrentamento do câncer ou não saberiam onde buscar tratamento. Acrescentaram que a ONG realiza reuniões e palestras e essa troca de informações com outras mulheres com câncer também participantes e/ou beneficiárias do projeto social mulheres de lenço, fortaleceu a solidariedade e o apoio mútuo, contribuindo de forma positiva para o tratamento da doença.

Outro ponto importante apontado na pesquisa foi a contribuição que a ONG com o apoio do projeto social “Mulheres de Lenço” proporcionou no sentido de buscar assegurar às pacientes mais confiança quanto ao enfrentamento da doença, superando ou amenizando o sofrimento das mulheres durante o tratamento do câncer, das quais 100% mencionaram que contribuiu sim para amenizar ou superar o sofrimento, quanto ao tratamento da doença, o que demonstra a importância da ONG e do projeto social para proporcionar uma melhor qualidade de vida para seus beneficiários, neste momento de luta contra o câncer.

Acrescentaram que a contribuição proporcionada pela ONG com o apoio do projeto social, não está apenas focado nos pacientes, são realizadas palestras e reuniões que tratam sobre a importância do apoio da família para o enfrentamento da doença, uma vez que os familiares são convidados para participar. Nesse sentido, 83% das entrevistadas mencionaram que seus familiares já participaram, enaltecendo a importância do apoio familiar neste momento de luta contra o câncer.

As propostas de inovação social podem acontecer por meio de produtos, processos e serviços, assim o apoio psicológico, a maneira solidária como a organização trata a questão psicológica das pessoas doentes, bem como seus familiares, fortalecendo-os para prosseguir também se configura com inovação social (OSSANI, 2013; MURRAY *et al.*, 2010; SERRAT, 2010; PHILLS, 2009; FARFUS; ROCHA, 2007).

4.3.4 Projeto Mais Esporte

A Entidade Pró-Menor São Daniel Comboni – Pastoral do Menor- CNBB, localizada na Avenida 7º de Setembro, nº 6033, na cidade de Rolim de Moura/RO, foi fundada em 20 de outubro de 1998, desde então vem proporcionando a integração social de crianças e adolescentes em situação de fragilidade social. As crianças e adolescentes são assistidas pelas

atividades de apoio religioso e pedagógico, prática de esporte, alimentação, aulas de informática, dança e música, combate à violência e a prevenção sobre drogas.

A Entidade participou do edital de projetos sociais e teve seu projeto social denominado “Mais Esporte” aprovado pelas políticas de ações sociais da Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP, no ano de 2015, sendo destinada a quantia de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais).

Em entrevista com a coordenadora do projeto, esta relatou que o recurso está sendo utilizado para custear o pagamento de profissionais de educação física, compra de materiais esportivos e para a manutenção, continuação e ampliação das atividades desenvolvidas pela entidade, acrescentou que o projeto proporciona melhorias individuais e coletivas essenciais para formação cidadã e para melhoria na qualidade de vida dos beneficiários. Acrescentou que o projeto social está contribuindo para melhor atender as crianças e adolescentes assistidos pela entidade e concluiu que sem o apoio do projeto não seria possível manter a qualidade no ensino. O projeto atendeu no ano de 2015, aproximadamente 130 crianças e adolescentes, com idade entre 07 a 17 anos.

Os dados da pesquisa apontam que os objetivos que levaram os pais ou responsáveis a matricular seus filhos no projeto social são variados, desde tirar das ruas (ocupação), por necessidade de trabalhar e não ter onde deixar seus filhos, por recomendação médica (filho com dislexia e déficit de atenção) e melhorar o desenvolvimento do filho que é hiperativo, entre outros, conforme demonstra a figura 16.

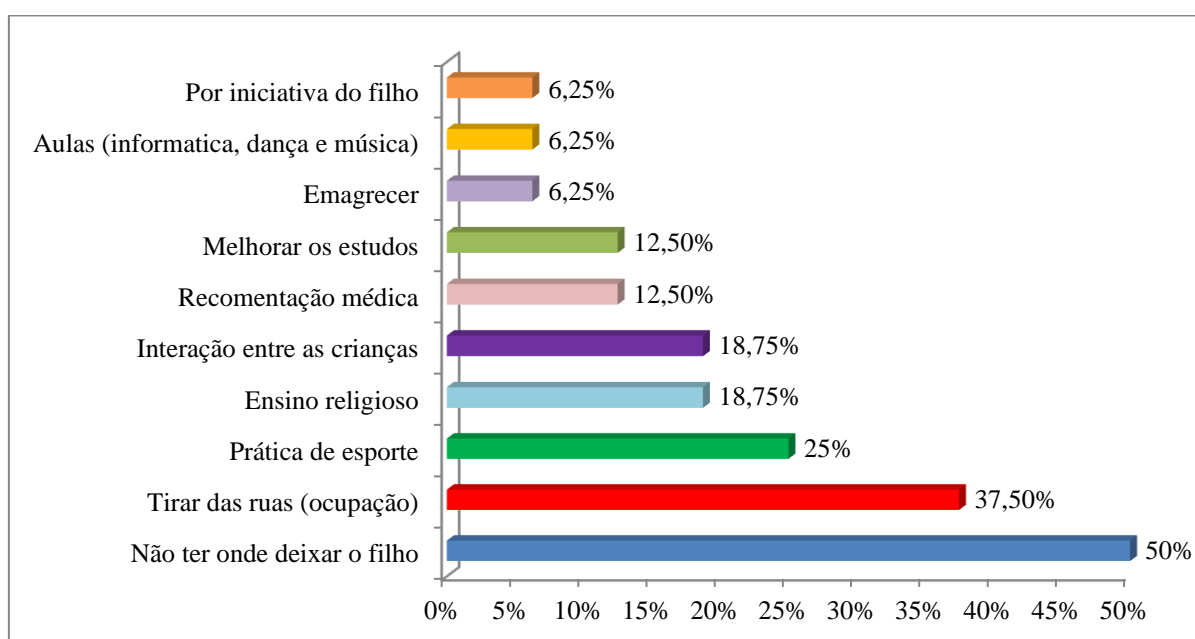


Figura 16 – Objetivos que levaram os pais a matricularem seus filhos no projeto Mais Esporte

Fonte: Dados da pesquisa.

Quando questionados sobre quais as contribuições que o projeto social proporcionou na vida de seus filhos, os entrevistados responderam que houve melhorias com relação à autoestima dos seus filhos, mais dedicação aos estudos, estão mais motivados e adeptos a prática esportiva, o que assegurou uma melhor qualidade de vida, conscientização com relação à religião, tornando-o mais participativo nos cultos religiosos, ainda mencionaram que seus filhos ficaram mais educados, compreensivos, comunicativos, o que proporcionou avanços no convívio social e familiar.

Os projetos sociais financiados pela cooperativa estão ligados aos principais problemas sociais, ou seja, educação, saúde e bem-estar, que muitas vezes não são assistidos pelo estado. De acordo Cloutier (2003) e Phills (2009), as ações de inovação social apresentam soluções para problemas que não são atendidos na sua totalidade pelo Estado ou setor privado da economia.

No tocante à conscientização das crianças com relação à criminalidade e as drogas, o projeto social elabora palestras educativas sobre o tema (ministrada por voluntários da região) e também exerce esta prevenção por meio dos ensinamentos religiosos realizados dentro do projeto social com o apoio da Igreja Católica, procura também proporcionar ocupação às crianças, mantendo-as longe das ruas a mercê da criminalidade.

Com relação aos resultados e/ou melhorias proporcionados pelo projeto, após os filhos iniciarem sua participação, os dados da pesquisa apontam que houve melhorias individuais e coletivas, conforme demonstra a figura 17.

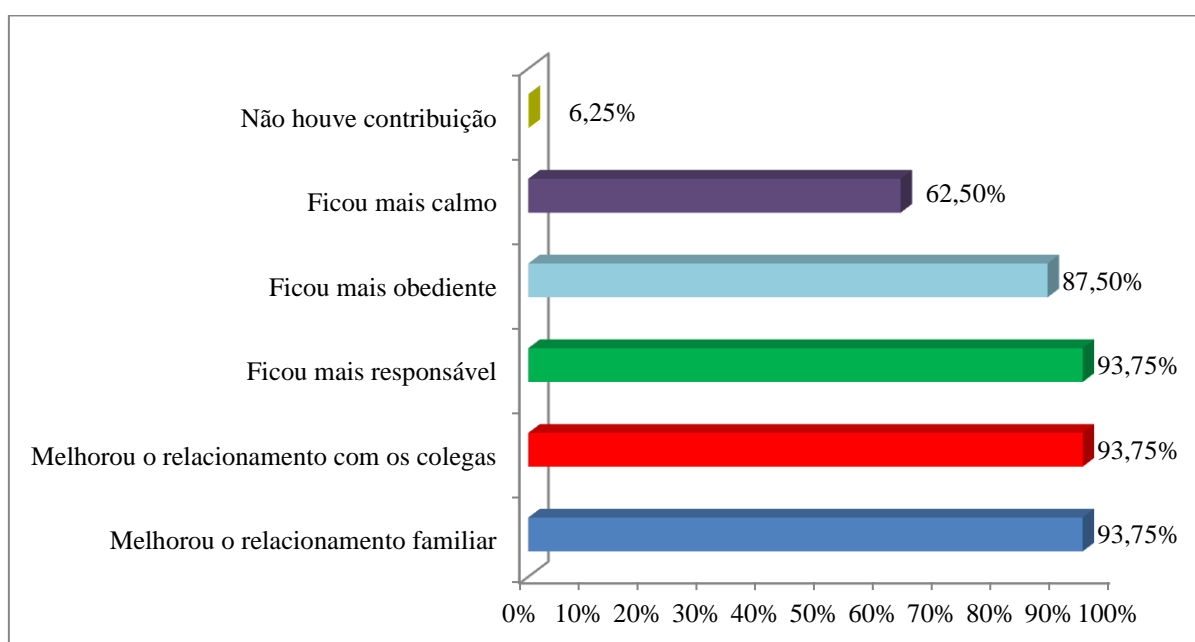


Figura 17 – Melhorias, após o início da participação no projeto social.

Fonte: Dados da pesquisa.

Percebe-se, conforme figura 17, que as melhorias individuais estão relacionadas à calma, obediência e responsabilidade, sendo os dois últimos mais expressivos. Os resultados coletivos estão voltados ao relacionamento familiar e com os colegas, uma vez que 93,75% dos entrevistados mencionaram que houve melhorias.

Com relação ao filho que sofre de dislexia e déficit de atenção, a entrevista relatou que não houve melhorias, apenas permaneceu igual o seu relacionamento individual e coletivo. Já o filho que sofre de hiperatividade, houve melhorias dos itens mencionados na figura 17.

A partir dos dados coletados junto aos beneficiários e gestores dos projetos sociais Mandionana, Leite Nutritivo, Mulheres de Lenço e Mais Esporte, a figura 18 apresenta uma consolidação dos resultados encontrados, evidenciando os benefícios dos programas sociais financiados pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP, os quais com base nos conceitos dos autores abordados no referencial teórico podem ser tratados como inovação social.

| Projetos | Objetivo | Resultados encontrados |
|--------------------------|--|--|
| Mandionana | Fortalecer os agricultores da região e valorizar a cultura da mandioca e banana, referência da região. E a realização da feira Mandionana. | Aumento de renda, divulgação da cultura, melhorias na qualidade de vida, valorização da agricultura familiar, ampliação da feira mandionana e dos produtos derivados da mandioca e banana. |
| Leite Nutritivo | Produção de leite através do pastejo rotacionado, e ensinamentos sustentáveis para os alunos da escola. | Conhecimentos teóricos e práticos sobre a bovinocultura leiteira, renda para a escola, aplicação dos conhecimentos que já está gerando aumento de renda para os educandos, melhorias na qualidade de vida. |
| Mulheres de Lenço | Adquirir um kit estamparia para a ONG Mulheres de Lenço, com intuito de gerar renda e apoio para pacientes com câncer e seus familiares. | Renda para a ONG, apoio econômico e social para os pacientes, melhorias na qualidade de vida, busca amenizar ou superar o sofrimento das pacientes durante o tratamento do câncer. |
| Mais Esporte | Contribuir para a formação das crianças e adolescentes em situação de fragilidade social. | Melhorias individuais (estudo, comportamento, obediência, entre outros) e coletivas (convívio familiar e social), qualidade de vida proporcionada pela prática de esporte e dança. |

Figura 18 – Resultados encontrados.

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Os resultados dos projetos evidenciados na figura 18 vão ao encontro dos conceitos de inovação social tratados na literatura, uma vez que proporcionam melhorias na qualidade de vida de seus beneficiários, geração de renda com autonomia e fortalecimento, as crianças se sentem mais motivadas para estudar e adquirem conceitos que direcionam para uma formação e/ou profissão e tornaram-se adeptos à prática esportiva, agregando valores e princípios cidadãos, contribuem para a valorização da agricultura familiar e ampliação dos

produtos, viabilizam um tratamento mais adequado e humanizado às pacientes com câncer, assegurando apoio econômico, social e buscam amenizar e/ou superar o sofrimento durante o enfrentamento da doença.

Observa-se que as ações sociais desenvolvidas pela cooperativa em estudo, principalmente no tocante à geração de renda, formação educacional, aprendizado e profissionalização, perpassa o que é previsto em legislação, ou seja, desenvolvem ações que superam as obrigações da Lei nº 5.764/71, demonstrando o grau de comprometimento dos princípios do cooperativismo, buscando e/ou proporcionando o desenvolvimento dos beneficiários e da comunidade.

O cooperativismo alicerçado em seus valores e princípios, em especial ao sétimo “interesse pela comunidade” demonstra por meio de projetos sociais, compromisso com as comunidades locais, proporcionando melhorias que vão além de responsabilidade social e filantropia, como evidenciou o caso em análise.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo geral, analisar se as práticas sociais desenvolvidas pela Cooperativa de Crédito SICOOB CREDIP podem ser tratadas como inovação social.

Verificou-se que os projetos sociais: Mandionana, Leite nutritivo, Mulheres de lenço e Mais esporte, custeados pela Cooperativa em estudo são considerados como inovação social, conforme evidenciam os resultados alcançados na pesquisa, proporcionando avanços na escala social do público envolvido.

As ações e/ou iniciativas de inovação social que foram identificadas na pesquisa contribuíram e continuam a contribuir para proporcionar: melhorias na qualidade de vida de seus beneficiários e familiares, aumento na renda familiar, valorização da agricultura familiar, conhecimento teóricos e práticos sobre a bovinocultura leiteira, essencial para a formação como técnico em agropecuária, incentivo a prática de esporte, dança, apoio econômico e social aos pacientes em tratamento de câncer, apoio para superação ou amenização do sofrimento das pacientes durante o enfrentamento da doença, melhorias coletivas (convívio familiar e social) e individuais (responsabilidade, obediência, comportamento, confiança, estudo, compreensão, dedicação, entre outros).

As ações de inovação social perpassam as de responsabilidade social e filantropia, por serem de caráter permanente e transformador, propondo autonomia e autoestima a seus

beneficiários e, as cooperativas por serem alicerçadas em princípios e valores são grandes geradores dessas ações, como é o caso da cooperativa em estudo.

Espera-se que os resultados desta pesquisa possam promover outras iniciativas, visando manter e ampliar os projetos sociais da cooperativa SICOOB CREDIP, que garantam o cumprimento do sétimo princípio do cooperativismo “interesse pela comunidade” e a sua responsabilidade social como organização, junto à comunidade onde está inserida.

Para pesquisas futuras sugere-se a elaboração do balanço social e a discussão sobre a sua importância nas cooperativas de créditos, evidenciando e divulgando as ações sociais, sejam elas de responsabilidade social, filantropia ou inovação social, desenvolvidas pelas cooperativas em prol da comunidade de modo geral.

Ainda, para pesquisas futuras propõe-se a aplicação deste estudo em outros ramos do cooperativismo, para fins de verificar a atuação das demais cooperativas em suas comunidades.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Cristina Caetano de. **Responsabilidade e sustentabilidade social: uma análise da evolução dos investimentos sociais das cooperativas mineiras**. II encontro brasileiro de pesquisadores em cooperativismo (EBPC) – Porto Alegre, 2012. Disponível em: <http://www.brasilcooperativo.coop.br/downloads/Gecom/ebpc/II_EBPC_Aguiar.pdf>. Acesso em 08 dez. 2015.

ALIANÇA COOPERATIVA INTERNACIONAL (ACI). **Definição de cooperativa**. Disponível em: <<http://ica.coop/en/whats-co-op/co-operative-identity-values-principles>>. Acesso em: 08 jun. 2016.

ANDRÉ, Isabel; ABREU, Alexandre. Dimensões e espaços da inovação social. **Finisterra**, XLI, 81, pp. 121 – 141, 2006.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BARBOSA, Gustavo Guimarães; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BIGNETTI, Luiz Paulo. **As inovações sociais**: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. n° 1, v.47, pp.3-14, 2011. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/1040/0>. Acesso em: 08 mar. 2016.

BRASIL, Lei nº 5.764, de dezembro de 1971. **Diário Oficial da União**, Poder Legislativo, Brasília, DF, 16 dez. 1971. Define a política Nacional de Cooperativismo, institui o regime jurídico das sociedades cooperativas, e dá outras providências. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L5764.htm>. Acesso em: 29 nov. 2015.

_____. Assuntos Estratégicos / **Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República**. – nº 1 (nov. 2014) – Brasília: Secretaria de Assuntos estratégicos da Presidência da República, 2014. Disponível em: <www.sae.gov.br/wp-content/uploads/ebook_ClasseMedia1.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2016.

CLOUTIER, J. **Qu'est-ce que l'innovation Sociale?** Crises, ET0314. 2003. Disponível em: <<http://www.crisis.uqam.ca>>. Acesso em 10 mar. 2016.

COELHO, Michelle Queiroz; GONÇALVES, Carlos Alberto. Avaliação de projetos sociais: a perspectiva da comunidade. **Revista Alcance**, vol. 18 – nº. 04 – p. 436-447 – out./dez. 2011. Disponível em: <http://www6.univali.br/seer/index.php/ra/article/view/3391/2098>. Acesso em: 08 jan. 2016.

FARFUS, Daniele; ROCHA, Maria Cristhina de Souza. Inovação Social: um conceito em construção. In FARFUS, Daniele; ROCHA, Maria Cristhina de Souza (Orgs.). **Inovações sociais**. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS, 2007. (COLEÇÃO INOVA, V. 2).

HARRISSON, Denis. L'innovationsociale: une introduction. **Annals of Public and Cooperative Economics**, 77, 2, pp. 129-138, 2006.

MAURER, Ângela Maria; SILVA, Tania Nunes. Parcerias interorganizacionais como indutores de empreendimentos socioambientais de natureza coletiva: Três casos envolvendo o artesanato. **Teoria e Prática em Administração**, v. 1, (1), pp.43-61, 2011.

MEINEN, Ênio. **O cooperativismo de crédito ontem, hoje e amanhã** / Ênio Meinen, Márcio Port, - Brasília: Confabras, 2012.

_____, Ênio. **O cooperativismo financeiro: percurso histórico, perspectivas e desafios** / Ênio Meinen, Márcio Port, - Brasília: Confabras, 2014.

MELO SOBRINHO, Abelardo Duarte; SOARES, Marden Marques. **Rumos do cooperativismo financeiro: diagnóstico, oportunidade e desafios** / prefácio, Sérgio Darcy da Silva Alves. – Brasília: edição do autor, 2015.

MULGAN, Geoff *et al.* **Social Innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated**. **OXFORD said Business School**, 2006. Disponível em: <<http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Social-Innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated-March-2007>>. Acesso em: 08 mar. 2016.

MURRAY, R.; CAULIER-GRICE, J.; MULGAN, G. **The open book of social innovation**. London: The Young Foundation, 2010.

MOULAERT, F. et al. Towards an alternative model(s) of local innovation. **Urban Studies**, v. 42, n. 11, p. 1969-1990, 2005.

OLIVEIRA, N. D. A. **Desenvolvimento sustentável, inovação, tecnologia social e empreendedorismo coletivo, em relacionamentos intercooperativos: Sistema CREDITAG e cooperativas de produção agrícola de Rondônia**. 2013. 279 fls. **Tese** (Doutorado em

Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.

_____. N.D.A, *et.al.* Inovação social em iniciativas empresariais: um estudo no município de Cacoal/RO. **ENGEMA**, 2015. Disponível em:
<http://engemausp.submissao.com.br/17/anais/arquivos/144.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2016.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS (OCB). **Sistema OCB**. Disponível em:<http://www.ocb.org.br/site/cooperativismo/evolucao_no_brasil.asp>. Acesso em: 29 nov. 2015a.

_____. **Sistema OCB**. Disponível em:<<http://www.brasilcooperativo.coop.br/site/cooperativismo/index.asp>>. Acesso em: 29 nov. 2015b.

OSSANI, Adriane. **A inovação social como processo e resultado da governança da colaboração interorganizacional: O caso do canal futura**. 2013. 114 fls. **Dissertação** (Mestrado em Administração). Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2013.

PHILLS, Jim. **Rediscovering Social Innovation**. The Fieldstone Foundation San Diego Grantmakers. May 7–8, 2009.

POLONIO, Wilson Alves. **Manual das sociedades cooperativas**. – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2001.

PORT, Márcio. **O cooperativismo financeiro: percurso histórico, perspectivas e desafios / Ênio Meinen, Márcio Port**, - Brasília: Confabras, 2014.

PORTAL DO COOPERATIVISMO. **História no Brasil**. Disponível em:<<http://cooperativismodecredito.coop.br/historia-do-cooperativismo/historia-no-brasil/>>. Acesso em 29 nov. 2015.

REIS JÚNIOR, Nilson. **Aspectos societários das cooperativas**. – Belo Horizonte: Mandamentos, 2006.

ROUSSELLE, Mylène. **L'innovation sociale, unesolutiondurableauxdéfissociaux**. Informations sociales 2013/6 (n° 180), p. 140-148. Disponível em: <<http://www.cairn.info/revue-informations-sociales-2013-6-page-140.htm>>. Acesso em 19 mar. 2016.

SANTOS, Ariovaldo dos.; GOUVEIA, Fernando Henrique Câmara.; VIEIRA, Patrícia dos Santos. **Contabilidade das sociedades cooperativas: aspectos gerais e prestação de contas**. – São Paulo: Atlas, 2008.

SERRAT, Olivier. Sparking Social Innovations (2010). **International Publications**. Paper 204. Disponível em: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/intl/204>. Acesso em 14 mar. 2016.

SICOOB CREDIP. **História e evolução**. Agenda, 2016.

SILVA, Tania Nunes da; LENGLER, Letícia. Sustentabilidade, empreendedorismo e cooperação em associações de apicultores da região central do Rio Grande do Sul. **Revista da**

Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v2, n.2, pp.40-57, 2008.

TAYLOR, JAMES B. Introducing Social innovation. **The Journal of Applied Behavioral Science**, vol. 6, n. 1, pp. 69-77, March, 1970.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial**: teoria e prática. 2º ed. Rio de Janeiro: editora FGV, 2006. Disponível em:
<<http://books.google.com.br/books?id=Ba2MgcYAdSoC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 17 de mar. 2016.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. – 1. ed. – 4. Reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

YOUNG, Lúcia Helena Briski. **Sociedades Cooperativas – Resumo Prático**. – 8. ed. – Curitiba: Juruá, 2008.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE PESQUISA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA
CAMPUS FRANCISCO GONÇALVES QUILES
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

PÚBLICO ALVO: BENEFICIÁRIOS DOS PROJETOS: MANDIONANA, LEITE NUTRITIVO, MULHERES DE LENÇO E MAIS ESPORTE.

BLOCO A: PERFIL SOCIAL, ECONÔMICO E FAMILIAR

Sexo:

- ☐ Masculino
☐ Feminino

Idade:

- ☐ 16 a 20 anos;
☐ 20 a 30 anos;
☐ 30 a 40 anos;
☐ 40 a 50 anos;
☐ 50 a 60 anos;
☐ Acima de 60 anos.

Estado Civil:

- ☐ Casado
☐ Solteiro
☐ Outros (especificar) _____

Escolaridade:

- ☐ Ensino fundamental incompleto;
☐ Ensino fundamental completo;
☐ Ensino médio incompleto;
☐ Ensino médio Completo
☐ Ensino superior incompleto
☐ Ensino superior completo
☐ Outros (especificar) _____

Quantas pessoas moram com você?

- ☐ Uma
☐ Duas
☐ Três
☐ Quatro
☐ Acima de quatro

Qual é o seu tipo de moradia?

- ☐ Própria
☐ Alugada
☐ Cedida
☐ Outros(especificar) _____

Quanto é aproximadamente a renda familiar mensal?

- ☐ Até 1 salário mínimo
☐ de 1 a 2 salário mínimos
☐ de 2 a 3 salário mínimos
☐ de 3 a 4 salário mínimos
☐ Acima de 4 salário mínimos

Sua família recebe algum benefício do Governo?

- ☐ Bolsa família
☐ Aposentadoria
☐ Auxílio do INSS (auxílio doença)
☐ Pensão
☐ Outros (especificar) _____
☐ Não recebe

BLOCO B: INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE OS PROJETOS

Qual projeto social você participa?

- ☐ Mandionana
☐ Leite Nutritivo
☐ Mulheres de Lenço
☐ Mais Esporte

Como ficou sabendo do projeto?

- ☐ Cooperativa Sicoob Credip (site, funcionários e cooperados)
☐ Rádio e/ou Televisão
☐ Escola Família Agrícola
☐ Igreja
☐ Outros (especificar) _____

Por que resolveu participar do Projeto?

- ☐ Por ser gratuito
☐ Melhorar a renda
☐ Profissionalizar
☐ Expor meus Produtos
☐ Pelo auxílio no tratamento do câncer
☐ Por gostar de esporte
☐ Outros (especificar) _____

Na sua percepção como você avalia o projeto social que está participando?

- ☐ Excelente() Regular
☐ bom() Ruim

BLOCO C: RESULTADOS DOS PROJETOS SOCIAIS**RESPONDENTES: SOMENTE BENEFICIÁRIOS DO PROJETO SOCIAL MANDIONANA**

1) Já produzia produtos derivados da banana e/ou mandioca antes da participação no projeto social Feira Mandionana?

- ☐ Sim, para consumo próprio
☐ Sim, para comercialização
☐ Não. Iniciou a partir da feira.

2) Após a sua participação no projeto social Feira Mandionana, passou a fabricar novos produtos?

- ☐ Sim. Quais _____ ☐ Não. Porque _____

3) Após participar do projeto social Feira Mandionana, passou a comercializar seus produtos derivados da banana e/ou mandioca?

- ☐ Sim, a feira contribuiu para o início da comercialização;
☐ Já comercializava os produtos antes da feira, porém com o projeto houve mais incentivo;
☐ Não. Porque _____

4) Na sua percepção, o projeto social Feira Mandionana fez com que aumentasse a procura pelos seus produtos?

- ☐ Sim. Em que proporção (%) _____
☐ Não. Porque _____

5) Com a sua participação no projeto Mandionana, houve aumento na renda familiar?

- ☐ sim. ☐ não. Porque _____

Se positivo, em quanto aumentou aproximadamente?

- ☐ Até 01 salário mínimo
☐ de 01 a 02 salário mínimo
☐ de 02 a 03 salário mínimo
☐ acima de 03 salário mínimo.

6) Que outros ganhos ou melhorias o projeto social Mandionana proporcionou a você e sua família?

7) O projeto social Feira Mandionana contribuiu para a divulgação do cultivo da banana e/ou mandioca no município?

- ☐ Sim. Foi essencial e perdura até os dias atuais
☐ Sim. Porém momentaneamente (durante a realização da feira)
☐ Não contribuiu

8) Na sua percepção, o que você vê de mais positivo no projeto social Feira Mandionana?

9) você participa do programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) em parceria com a associação ATRERON?

- ☐ Sim ☐ Não

Se positivo, com quais produtos? Qual a renda aproximada? Qual a destinação da renda?

RESPONDENTES: SOMENTE BENEFICIÁRIAS DO PROJETO SOCIAL MULHERES DE LENÇO

1) O projeto social Mulheres de Lenço favoreceu o seu acesso ao tratamento do câncer (agilidade no atendimento, acompanhamento), proporcionando uma melhor qualidade de vida durante o enfrentamento da doença?

() Sim. Como _____

() Não. Porque _____

2) Em termos econômicos, qual o auxílio que o projeto Mulheres de Lenço lhe oferece ou ofereceu?

() Cesta básica;

() Passagens

() Tratamento psicológico

() Compra de remédios

() Outros _____

() Não ofereceu auxílio econômico.

3) Com o apoio do projeto Mulheres de Lenço você sentiu mais confiança no tratamento e no enfrentamento da doença?

() sim. Como _____

() Não. Porque? _____

4) Em sua opinião, o seu tratamento teria o mesmo resultado (condição psicológica, econômica) se você não participasse do projeto mulheres de lenço?

() Sim. Porque _____

() Não. Porque _____

5) O projeto social mulheres de lenço conscientizou os seus familiares sobre a importância do apoio familiar para o enfrentamento da doença e o tratamento?

() Sim. Como _____

() Não. Os benefícios do projeto estão diretamente focados nos pacientes.

6) Em sua opinião, o projeto social Mulheres de Lenço contribuiu para superar ou amenizar o seu sofrimento durante o tratamento do câncer?

() Sim. Como _____

() Não. Porque _____

7) Em sua opinião, estar em contato com outras mulheres com câncer também participantes do projeto mulheres de lenço, fortaleceu a solidariedade e o apoio mútuo contribuindo de forma positiva para o tratamento?

() Sim. Como _____

() Não. Porque _____

8) Em sua opinião, o que você vê de mais positivo e negativo no projeto social Mulheres de Lenço?

Positivo: _____

Negativo: _____

RESPONDENTES: SOMENTE BENEFICIÁRIAS DO PROJETO SOCIAL LEITE NUTRITIVO

1) Você reside na área rural?

() Sim

() Não

2) O projeto está contribuindo para a sua formação no curso técnico em agropecuária?

() sim. De que forma? _____

() Não. Porque _____

3) Que tipo de conhecimento o projeto está lhe proporcionando?

() Conhecimento sobre pastejo rotacionado

() Conhecimento sobre manejo do gado leiteiro

() Conhecimento sobre melhoramento genético do gado leiteiro

() Conhecimento sobre manejo sanitário do gado leiteiro

() Conhecimento sobre alimentação do gado leiteiro

() Outros _____

() Não está agregando conhecimento.

4) Você está utilizando os conhecimentos adquiridos no projeto LEITE NUTRITIVO aplicando-os na propriedade visando melhores resultados?

() Sim. Qual? _____

() Não. Porque _____

5) Esse conhecimento aplicado na propriedade proporcionou ou pode proporcionar aumento na renda da família?

() Sim. Valor _____ () Não. Porque _____

Se positivo, qual a destinação da renda?

6) O conhecimento adquirido por meio do projeto Leite Nutritivo lhe motivou a desenvolver algum tipo de atividade no meio rural?

7) Em sua opinião, se você não participasse do projeto Leite Nutritivo, a sua formação como técnico de agropecuária teria o mesmo resultado quanto ao conhecimento adquirido?

() Sim. Porque _____

() Não. Porque _____

8) Na sua percepção, o que você vê de mais positivo e negativo no projeto social Leite Nutritivo?

Positivo: _____

Negativo: _____

RESPONDENTES: SOMENTE BENEFICIÁRIAS DO PROJETO SOCIAL MAIS ESPORTE

1) Com qual objetivo você matriculou o seu filho no projeto social mais esporte?

2) Esse objetivo foi atingido?

() Sim

() Não. Porque _____

3) Qual a contribuição (melhoria) que o projeto mais esporte proporcionou na vida de seu filho?

() Autoestima

() Mais dedicação aos estudos

() Incentivo à prática esportiva;

() Melhoria no convívio social;

() Outros _____

4) O projeto social contribuiu ou está contribuindo para a conscientização do seu filho quanto à criminalidade e as drogas?

() Sim. Como? _____

() Não. Porque _____

5) O projeto social mais esporte contribuiu para a ocupação do seu filho, mantendo-o longe das ruas?

() Sim. Como? _____

() Não. Porque _____

6) Em sua opinião, após a participação do seu filho no projeto social Mais Esporte, pode-se perceber que ele?

() Ficou mais calmo

() Ficou mais obediente

() Ficou mais responsável

() Melhorou o relacionamento familiar

() Melhorou o relacionamento com os colegas

() Não teve contribuição

() Outros _____

7) A participação de seu filho no projeto social mais esporte despertou-o para a prática esportiva profissional?

() Sim. Almeja ser um atleta profissional.

() Não. A prática esportiva está somente voltada para a melhoria da qualidade de vida.

8) Em sua opinião, o que você vê de mais positivo e negativo no projeto social mais esporte?

Positivo: _____

Negativo: _____

APÊNDICE B – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**GESTORA DO PROJETO SOCIAL FEIRA MANDIONANA**

1) Após a realização da feira, os participantes do projeto social Feira Mandionana, passaram a comercializar os produtos derivados da banana e/ou mandioca?

() Sim, a feira contribuiu para o início da comercialização;

() Já comercializava os produtos antes da feira, porém com o projeto houve mais incentivo;

() Não. Porque _____

2) O projeto social Feira Mandionana fez com que aumentasse a procura pelos produtos derivados da banana e/ou mandioca?

() Sim. Em que proporção (%) _____

() Não. Porque _____

3) O projeto social Feira Mandionana contribuiu para aumentar a renda familiar dos participantes?

() Sim. Em que proporção (%) _____

() Não. Porque _____

4) Que outros ganhos ou melhorias o projeto social Feira Mandionana proporcionou aos participantes e seus familiares?

5) O projeto social Feira Mandionana contribuiu para a divulgação do cultivo da banana e/ou mandioca no município?

() Sim. Foi essencial e perdura até os dias atuais

() Sim. Porém momentaneamente (durante a realização da feira)

() Não contribuiu

6) Na sua percepção, o que você vê de mais positivo e negativo no projeto social Feira Mandionana?

Positivo: _____

Negativo: _____

7) Em sua opinião, o projeto social Feira Mandionana atingiu os objetivos esperados?

() Sim

() Não. Porque _____

8) Em sua opinião, o projeto social Feira Mandionana superou as expectativas?

() Sim. Em que? _____

() Não. Porque _____

9) As associados participantes da feira mandionana, participam do programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) em parceria com a associação ATRERON?

() Sim () Não

Se positivo, com quais produtos? Qual a renda aproximada? Qual a destinação da renda?

APÊNDICE C – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**GESTORA DA ONG MULHERES DE LENÇO**

1) O projeto social Mulheres de lenço favoreceu o seu acesso ao tratamento do câncer (agilidade no atendimento, acompanhamento), proporcionando para as mulheres melhor qualidade de vida durante o enfrentamento da doença?

() Sim. Como_____

() Não. Porque_____

2) O projeto social Mulheres de Lenço proporciona ou proporcionou renda para ONG do projeto Mulheres de Lenço?

() Sim () Não. Porque_____

Se sim qual a renda aproximada por mês?

() Até 01 salário mínimo

() De 01 a 02 salário mínimo

() De 02 a 03 salário mínimo

() De 03 a 04 salário mínimo

() Acima de 04 salário mínimo

3) Em termos econômicos, qual o auxílio que o projeto Mulheres de Lenço oferece ou ofereceu aos beneficiários do projeto?

() cesta básica;

() passagens

() Tratamento psicológico

() Compra de remédios

() Outros _____

() Não ofereceu auxílio econômico.

4) Em sua opinião, o tratamento teria o mesmo resultado se essas mulheres não participassem do projeto mulheres de lenço?

() Sim. Porque_____

() Não. Porque_____

5) Em sua opinião, o projeto social mulheres de lenço atingiu seus objetivos?

() Sim. Porque_____

() Não, Porque_____

6) Em sua opinião, o projeto social mulheres de lenço contribuiu para superar ou amenizar o sofrimento dos beneficiários durante o tratamento do câncer?

() Sim. Como_____

() Não. Porque_____

7) Na sua opinião, o que você vê de mais positivo e negativo no projeto social mulheres de lenço?

Positivo: _____

Negativo: _____

**APÊNDICE D – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS
GESTOR DA ESCOLA FAMÍLIA AGRÍCOLA**

1) O projeto Leite Nutritivo está contribuindo para a formação dos alunos do curso técnico em agropecuária?

() Sim. De que forma? _____ () Não. Porque _____

2) Que tipo de conhecimento o projeto Leite Nutritivo está proporcionando aos educandos da escola?

() Conhecimento sobre pastejo rotacionado

() Conhecimento sobre manejo do gado leiteiro

() Conhecimento sobre melhoramento genético do gado leiteiro

() Conhecimento sobre manejo sanitário do gado leiteiro

() Conhecimento sobre alimentação do gado leiteiro

() Outros _____

() Não está agregando conhecimento.

3) Os educandos estão utilizando os conhecimentos adquiridos no projeto LEITE NUTRITIVO aplicando-os na propriedade visando melhores resultados?

() Sim. Qual conhecimento? _____

() Não. Porque _____

() Não sabe informar.

4) Em sua opinião, se os educandos não participassem do projeto Leite Nutritivo, a formação como técnico de agropecuária teria o mesmo resultado quanto ao conhecimento adquirido?

() Sim. Porque _____

() Não. Porque _____

5) O projeto social atende a demanda de consumo de leite da escola?

() Sim. Totalmente e com excedente

() Sim. Totalmente, porém sem excedente

() Sim. Parcialmente. Porque _____

() Não. Porque _____

6) O excedente de leite é comercializado?

() sim.

() Não. Qual a destinação? _____

Se sim, os recursos financeiros da comercialização são utilizados para manutenção do projeto social?

() sim.

() Não. Qual destinação? _____

Se sim, pode-se dizer que o projeto social é autossustentável?

() Sim.

() Não. Depende de recursos de outras fontes.

7) o projeto social Leite Nutritivo atingiu os objetivos esperados?

() Sim () Não. Porque _____

8) Na sua percepção, o que você vê de mais positivo e negativo no projeto social?

Positivo: _____

Negativo: _____

APÊNDICE E – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS**GESTORA DO PROJETO SOCIAL MAIS ESPORTE**

1) Qual a contribuição (melhoria) que o projeto social Mais Esporte proporcionou na vida de seus beneficiados?

() Autoestima

() Mais dedicação aos estudos

() Incentivo à prática esportiva;

() Melhoria no convívio social;

() Outros _____

2) O projeto social Mais Esporte contribuiu ou está contribuindo para a conscientização das crianças (beneficiários) quanto à criminalidade e as drogas?

() Sim () Não. Porque _____

3) O projeto social Mais Esporte contribuiu ou está contribuindo para a ocupação das crianças (beneficiários) mantendo-os longe das ruas?

() Sim () Não. Porque _____

4) Na sua opinião, ao longo do projeto social Mais Esporte, pode-se perceber que as crianças (beneficiários)?

() Ficaram mais calmos

() Ficaram mais obedientes

() Ficaram mais responsáveis

() Melhoraram o relacionamento familiar

() Melhoraram o relacionamento com os colegas

() Não houve melhorias ou contribuições

5) O projeto social Mais Esporte atingiu os objetivos esperados?

() Sim

() Não. Porque _____

6) Na sua opinião, o que você vê de mais positivo e negativo no projeto social?

Positivo: _____

Negativo: _____